

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN  
APLIKASI PINJAMAN ONLINE PADA SITUASI KRISIS :  
STUDI KASUS DI MASA PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Muhammad Ovi Hasyim Syahbana**

**18312118**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2024**

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN APLIKASI  
PINJAMAN ONLINE PADA SITUASI KRISIS : STUDI KASUS DI MASA  
PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**

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

Oleh:

Muhammad Ovi Hasyim Syahbana

18312118

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2024**

## 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 di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 12 Januari 2024

A 10,000 Indonesian Rupiah stamp is shown, featuring the Garuda Pancasila emblem and the word 'BETERA' above the number '10000'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Muhammad Ovi Hasyim Syahbana

## HALAMAN PENGESAHAN

Diajukan Oleh:

Nama: Muhammad Ovi Hasyim Syahabana

No. Mahasiswa: 18312118

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 05 Januari 2024

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sigit Pamungkas', is written over a light blue horizontal line.

Sigit Pamungkas, S.E., M.Com.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN APLIKASI PINJAMAN ONLINE PADA  
SITUASI KRISIS : STUDI KASUS DI MASA PANDEMI COVID-19**

Disusun oleh : MUHAMMAD OVI HASYIM SYAHBANA

Nomor Mahasiswa 18312118

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus  
pada hari, tanggal: Kamis, 01 Februari 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Sigit Pamungkas, SE., M.Com.

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



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



*Johan Arif*

Johan Arif, S.E., M.Sc., Ph.D., CFA, CertIPSAS.

**MOTTO**

*“Happiness equals reality minus expectations”*

(Tom Magliozzi)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Saya persembahkan karya ini untuk :*

*Kedua orang tua saya yang sudah mendidik saya*

*Kakak saya yang sudah memberikan semangat*

*Serta teman-teman yang selalu mendukung*

## KATA PENGANTAR

*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 **“FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN APLIKASI PINJAMAN ONLINE PADA SITUASI KRISIS : STUDI KASUS DI MASA PANDEMI COVID-19”**.

Skripsi ini disusun dalam rangka pemenuhan syarat akademis guna mencapai gelar strata satu (S-1) pada jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini tidak lepas dari doa, dukungan, serta bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala berkat dan rahmatnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Orang tua dan kakak tercinta yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis.
3. Bapak Sigit Pamungkas, S.E., M.Com. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertifPSAS. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

5. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Zahrotu Awaliah yang sudah selalu mendampingi dan memberikan nasihat kehidupan sampai sekarang.
7. Semua responden yang telah membantu meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Proses penyusunan skripsi ini menjadikan pembelajaran tersendiri bagi penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Financial Technology (Fintech).....	8
2.1.2 Aplikasi Pinjaman Online.....	9
2.1.3 COVID-19 dan Dampaknya Terhadap Transaksi Keuangan .....	10
2.1.4 UTAUT (Unified Theory of Acceptance And Use of Technology).....	12
2.1.5 Niat Menggunakan Aplikasi Pinjaman Online .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18

2.3 Hipotesis Penelitian.....	21
2.3.1 Kemudahan penggunaan terhadap niat penggunaan Aplikasi Pinjaman Online .....	21
2.3.2 Risiko terhadap niat penggunaan Aplikasi Pinjaman <i>Online</i> .....	22
2.3.3 Pengaruh sosial terhadap niat penggunaan Aplikasi Pinjaman <i>Online</i> .....	23
2.3.4 Kepercayaan terhadap niat penggunaan Aplikasi Pinjaman <i>Online</i> .....	23
2.3.5 Niat berpengaruh terhadap penggunaan Aplikasi Pinjaman <i>Online</i> .....	24
2.4 Kerangka Penelitian .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Populasi dan Sampel .....	26
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	27
3.3 Teknik Pengambilan Sampling .....	27
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.4.1 Variabel Independen.....	28
3.4.2 Variabel Dependen .....	30
3.5 Metode Analisis Data .....	31
3.5.1 Model Pengukuran (Outer Model).....	32
3.5.1.1 Uji Validitas.....	32
3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	33
3.6.1 Model Struktural (Inner Model) .....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Deskripsi Responden.....	34
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	35
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Aplikasi .....	35

4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	36
4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Rata-rata Penghasilan Sebulan.....	37
4.1.6 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pinjaman.....	38
4.2 Evaluasi Model Pengukuran.....	39
4.2.1 Uji Validitas.....	39
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	51
4.3 Uji Model Struktural .....	53
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....	56
4.4.1 Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online .....	57
4.4.2 Pengaruh risiko terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online	59
4.4.3 Pengaruh sosial terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online	62
4.4.4 Pengaruh kepercayaan terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online .....	65
4.4.5 Pengaruh niat menggunakan terhadap penggunaan nyata aplikasi pinjaman online .....	67
BAB V PENUTUP .....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Implikasi Penelitian.....	71
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN.....	89

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Skala Likert-type.....	28
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Independen .....	28
Tabel 3.3 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Dependen.....	30
Tabel 4.1 Klasifikasi Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.2 Klasifikasi Kelompok Usia.....	35
Tabel 4.3 Klasifikasi Jenis Aplikasi.....	35
Tabel 4.4 Klasifikasi Jenis Pekerjaan .....	36
Tabel 4.5 Klasifikasi Rata-rata Penghasilan Sebulan .....	37
Tabel 4.6 Klasifikasi Jumlah Pinjaman .....	38
Tabel 4.7 Nilai Outer Loading Sebelum Covid-19 .....	39
Tabel 4.8 Nilai Outer Loading Sebelum Covid-19 (Setelah Perbaikan).....	40
Tabel 4.9 Hasil Pengujian AVE Sebelum Covid-19.....	41
Tabel 4.10 Nilai Outer Loading Saat Covid-19 .....	42
Tabel 4.11 Nilai Outer Loading Saat Covid-19 (Setelah Perbaikan).....	43
Tabel 4.12 Hasil Pengujian AVE Saat Covid-19.....	44
Tabel 4.13 Nilai Outer Loading Setelah Covid-19 .....	45
Tabel 4.14 Nilai Outer Loading Setelah Covid-19 (Setelah Perbaikan).....	46
Tabel 4.15 Hasil Pengujian AVE Setelah Covid-19 .....	47
Tabel 4.16 Nilai Cross Loading (Sebelum Covid-19) .....	48
Tabel 4.17 Nilai Cross Loading (Saat Covid-19) .....	49
Tabel 4.18 Nilai Cross Loading (Setelah Covid-19) .....	50
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas (Sebelum Covid-19).....	52
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas (Saat Covid-19).....	52
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas (Setelah Covid-19) .....	53
Tabel 4.22 Nilai R-Square (Sebelum Covid-19).....	54
Tabel 4.23 Nilai R-Square (Saat Covid-19).....	54
Tabel 4.24 Nilai R-Square (Setelah Covid-19).....	55

Tabel 4.25 Hasil Uji Hipotesis (Sebelum Covid-19) .....	56
Tabel 4.26 Hasil Uji Hipotesis (Saat Covid-19) .....	56
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis (Setelah Covid-19) .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	25
--------------------------------------	----

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of ease of use, risk, social influence, and trust on the use of online loan applications before the pandemic crisis, during the pandemic crisis, and after the Covid-19 pandemic crisis using the UTAUT model. The method used is quantitative with primary data taken from questionnaires. This data is processed using PLS-SEM analysis with SmartPLS v3 software. The results of this research show that ease of use and trust factors influence the use of online loan applications before Covid-19, during Covid-19 and after Covid-19. Then the risk factor has no influence on the use of online loan applications at these three times. Social influence factors do not influence the use of online loan applications before and during Covid-19 but influence the use of online loan applications after Covid-19.*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, risiko, pengaruh sosial, dan kepercayaan terhadap penggunaan aplikasi pinjaman online sebelum terjadinya krisis pandemi, saat terjadinya krisis pandemi, dan setelah terjadinya krisis pandemi Covid-19 dengan menggunakan model UTAUT. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan data primer yang diambil dari kuesioner. Data ini diolah menggunakan analisa PLS-SEM dengan software SmartPLS v3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi pinjaman online pada sebelum Covid-19, saat Covid-19, dan setelah Covid-19. Lalu faktor risiko tidak berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi pinjaman online di tiga waktu tersebut. Faktor pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi pinjaman online pada sebelum dan saat Covid-19 namun berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi pinjaman online setelah Covid-19.

**Kata Kunci:** UTAUT, Kemudahan penggunaan, risiko, pengaruh sosial, kepercayaan, pinjaman online

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Situasi krisis berkaitan erat dengan sebuah kondisi atau kejadian yang menghasilkan efek negatif yang tidak diharapkan. Pada pertengahan tahun 2020, hampir seluruh negara mengalami kejadian yang tidak diharapkan dengan munculnya pandemi Covid-19. Kondisi tersebut merupakan awal penyebab terjadinya situasi krisis ekonomi. Penyebaran yang cepat dari virus ini telah memberikan dampak yang negatif bagi semua negara, baik dari segi kesehatan, sosial, dan ekonomi. Keadaan krisis pandemi mewajibkan semua orang isolasi mandiri agar terhindar dari kerumunan yang bisa menularkan jenis penyakit ini.

Sektor perekonomian sangat terdampak oleh krisis pandemi Covid-19, sehingga mendorong pemerintah untuk menerapkan serangkaian langkah untuk memitigasi dampaknya. Langkah-langkah seperti wajib mengenakan masker, menerapkan *physiqal distance*, menghindari kerumunan, dan menjaga kebersihan tangan. Menurut Popkova et al., (2021) Covid-19 menimbulkan ancaman besar bagi kesehatan manusia di seluruh dunia dan menyebabkan kejutan bagi ekonomi global. Sehingga menimbulkan banyak efek langsung dan tidak langsung pada perilaku manusia dan aktivitas ekonomi (Bartik et al., (2020); Nicola et al., (2020).

Krisis ini dapat digambarkan sebagai situasi di mana status ekonomi suatu negara menurun secara drastis. Hal ini disebabkan oleh besarnya jumlah utang

negara, pertumbuhan ekonomi yang lemah, meningkatnya pengangguran, penurunan Produk Domestik Bruto (PDB), harga properti jatuh, inflasi yang menyebabkan harga bahan baku melonjak dan pelemahan nilai mata uang rupiah. Baik pemerintah maupun rakyat sangat terkena dampak krisis ekonomi sejak munculnya pandemi Covid-19 dan pandemi menjadi contoh nyata dari fenomena krisis ini. Hal ini tentang kerugian ekonomi apa yang akan dialami sebagai akar penyebab krisis ekonomi yang berawal dari pandemi (Bedianashvili, 2021). Tindakan yang belum pernah terjadi sebelumnya telah mengubah hubungan komunikasi antar individu, kelompok, dan pemerintah. Perekonomian menurun ketika mobilitas orang-orang dibatasi dan tidak ada komunikasi satu sama lain secara langsung.

Dampak wabah ini dirasakan pada hampir seluruh elemen masyarakat. Mereka pada umumnya menghadapi kesulitan dalam perekonomian karena banyaknya tuntutan yang ada seperti kebutuhan sehari-hari yang harus mereka penuhi. Efek yang sangat nyata terlihat dari besarnya lapangan kerja yang hilang akibat PHK serta dunia usaha menghadapi ketidakseimbangan permintaan dan penawaran yang berdampak pada menurunnya daya beli masyarakat.

Wabah pandemi yang sedang meningkat sejalan dengan pesatnya perkembangan *financial technology (fintech)*. Semua akses informasi mudah didapatkan melalui internet, khususnya produk keuangan lewat aplikasi mulai berkembang secara drastis disaat semua orang gencar melakukan transaksi secara *online*. Karena kontak langsung dengan orang dan memegang uang

fisik berkontribusi pada penularan infeksi, menjadi penting bagi orang untuk menghindari kontak langsung dalam transaksi bisnis dan perbankan mereka (Daragmeh et al., 2021). *Fintech* merupakan sebuah bisnis keuangan yang didukung oleh teknologi sebagai penggeraknya.

Karena jarak sosial telah diberlakukan secara global, layanan *fintech* dan *e-commerce* telah meningkat secara tidak normal (Beaunoyer et al., 2020). Ketika Covid-19 menyebar secara global dan mengganggu lanskap ekonomi, inovasi ekonomi dapat membantu dengan memberikan jawaban untuk menjaga jarak sosial yang diperlukan. Dengan mengurangi ketergantungan terkait uang fisik, *fintech* dapat mendorong kegiatan ekonomi yang bisa menjangkau masyarakat kalangan bawah. Dari berbagai macam produk *fintech*, pinjaman *online* adalah produk yang menjadi sorotan di masa pandemi ini. Karena dengan susahny ekonomi, pinjaman dana bisa menjadi salah satu solusi.

Pandemi Covid-19 telah berdampak signifikan terhadap sektor keuangan negara yang menyebabkan meningkatnya permintaan pinjaman *online*. Pandemi ini erat kaitannya dengan jarak sosial yang memiliki dampak signifikan pada pembayaran digital (Alber & Dabour, 2020). Ketika bisnis tutup dan orang-orang kehilangan pekerjaan, banyak orang beralih ke penyedia pinjaman *online* untuk mendapatkan bantuan keuangan. Hadirnya layanan pinjaman secara *online* memudahkan seseorang untuk mendapatkan dana. Dengan sebagian besar aspek proses peminjaman yang dilakukan secara digital, akses untuk pinjaman online sangat mudah jika dibandingkan dengan

pinjaman bank konvensional. Hanya ada sedikit dokumen dan waktu tunggu yang tidak lama.

Hingga 9 Maret 2023, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah memberikan izin sah kepada 102 organisasi untuk beroperasi sebagai fintech peer-to-peer lending (OJK, 2023). OJK bertugas mengawasi dan mengatur penyediaan jasa keuangan di sektor perbankan, pasar modal, dan Industri Keuangan Non Bank (IKNB). Sebaliknya, masih banyak penyedia pinjaman *online* yang tidak ada di daftar situs resmi OJK. Kerugian nyata dalam menggunakan yang tidak legal salah satunya adalah meningkatnya risiko data pribadi milik peminjam rentan disalahgunakan. Sebaliknya, keuntungan yang diperoleh jika menggunakan yang legal adalah terlindungi oleh OJK sehingga data pribadi cenderung lebih aman.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survei selama terjadinya pandemi Covid-19 dan merilis data bahwa 1,43% dari total responden 7.568 orang pernah melakukan pinjaman online (APJII, 2022). Lebih rinci, survei tersebut mendata sebanyak 78,84% mempunyai penghasilan berkisar antara Rp1juta sampai Rp5juta, 4,33% berpenghasilan dibawah Rp1juta, 16,83% berpenghasilan antara Rp5juta sampai Rp15juta, dan tidak ada angka untuk presentase penghasilan diatas Rp15juta. Selain itu berdasarkan tingkat pendidikan, tertinggi dilakukan oleh tamat SMA dan sederajat atau Paket C (73,53%), tingkat SMP dan sederajat atau Paket B (13,47%), Sarjana S1 atau Diploma (10,83%), dan tamat SD dan sederajat atau Paket A (2,17%). Sementara itu, kriteria pinjaman online yang banyak

digunakan adalah kemudahan dalam syarat pengajuan (3,37%), kejelasan platform layanan (3,38%), tingkat bunga rendah (3,55%), biaya lain-lain yang murah (3,40%), terdaftar di OJK (3,28%), jangka waktu pembayaran lama (3,10%), dan pencairan dana yang cepat dan lokasi (3,0%).

Pinjaman online mengalami kenaikan cukup signifikan selama 2 tahun terakhir sejak 2022 dimana sudah mulai cukup ramai sebelum Covid-19 terjadi (Simanjuntak, dkk 2022). Fenomena ini terjadi karena perkembangan dunia teknologi finansial sehingga memudahkan masyarakat untuk mengakses pinjaman *online*. Begitu juga setelah pandemi Covid-19 berakhir di Indonesia tren pinjaman *online* masih menunjukkan peningkatan yang signifikan karena banyaknya kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi pasca dampak pandemi dan kebijakan pemerintah yang mendukung program digitalisasi khususnya pada sektor permodalan.

Dari sini bisa dilihat jika layanan *fintech* pada bidang permodalan atau pinjaman dana pada masa krisis pandemi hingga setelah pandemi sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Sebuah temuan yang ditulis oleh Daragmeh et al., (2021) telah mengkonfirmasi bahwa ancaman ekonomi berperan dalam mendorong konsumen untuk mengadopsi *P2P lending* di masa pandemi. Dari permasalahan tersebut, penulis menentukan judul penelitian sebagai berikut “FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN APLIKASI PINJAMAN ONLINE PADA SITUASI KRISIS : STUDI KASUS DI MASA PANDEMI COVID-19”. Penelitian ini menganalisis menggunakan kerangka penelitian yang tersedia untuk mengetahui perilaku pengguna pada kurun tiga

waktu yang berbeda, yaitu sebelum krisis pandemi pada awal Januari 2020, saat berlangsungnya krisis pandemi pada bulan Maret 2020, dan setelah terjadinya krisis pandemi mulai akhir tahun 2022.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Apakah faktor kemudahan penggunaan, risiko, pengaruh sosial, dan kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online dan apakah niat menggunakan aplikasi pinjaman online mempunyai pengaruh terhadap penggunaan nyata sebelum terjadinya krisis pandemi, saat terjadinya krisis pandemi, dan setelah terjadinya krisis pandemi Covid-19 dengan model perilaku yang sama akan berubah atau tidak?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, risiko, pengaruh sosial, dan kepercayaan terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online dan untuk mengetahui pengaruh niat menggunakan aplikasi pinjaman online terhadap penggunaan nyata aplikasi pinjaman online sebelum terjadinya krisis pandemi, saat terjadinya krisis pandemi, dan setelah terjadinya krisis pandemi Covid-19 dengan model perilaku yang sama akan berubah atau tidak.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Kontribusi ilmiah: Peneliti dapat memberikan pengetahuan tentang hasil penelitian kepada pembaca dan masyarakat yang menggunakan pinjaman online.

2. Kontribusi Praktis: Peneliti dapat memberikan manfaat kepada pengembang aplikasi pinjaman online agar mengetahui faktor apa saja yang dirasakan oleh pengguna menggunakan layanan pinjaman online di masa sebelum krisis pandemi Covid-19, krisis saat pandemi Covid-19, dan setelah masa krisis pandemi Covid-19.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Financial Technology (Fintech)**

Istilah *Fintech* adalah gabungan dari " *financial* " dan " *technology*" yang mencakup transformasi sektor jasa keuangan melalui konvergensi jasa keuangan dan teknologi informasi. (Kim et al ., 2015). Menurut Leong (2018) *Financial Technology* atau *fintech*, mewakili sebuah konsep inovatif yang bertujuan untuk meningkatkan prosedur layanan keuangan melalui penerapan solusi berbasis teknologi yang disesuaikan dengan skenario bisnis yang beragam, sehingga berpotensi memunculkan model bisnis baru dan bahkan perusahaan yang sepenuhnya baru. Dengan berkembangnya teknologi, kehadiran *fintech* secara tidak langsung menyediakan berbagai macam alternatif lain dalam menghasilkan inovasi keuangan.

*Fintech* pada dasarnya adalah perpaduan antara teknologi dan fitur keuangan yang dibalut dengan teknologi modern. Teknologi keuangan baru dengan cepat mengubah cara untuk berbelanja, menabung, meminjam, dan membuat keputusan keuangan lainnya (Higgins et al., 2020). Kegiatan seperti transfer uang, pengajuan kredit, hingga pembayaran segala macam produk bisa diakses dengan mudah.

Dalam proses bisnisnya, *fintech* dikategorikan menjadi empat proses bisnis operasional utama menurut Leong (2018) yaitu *Fintech on*

*Payments, Fintech on Advisory Services, Fintech on Financing, dan Fintech on Compliance.* Penelitian ini fokus kepada *Fintech on Financing.* *Financing* atau pembiayaan merupakan proses mengamankan dana untuk kegiatan bisnis yang melibatkan perolehan modal dari berbagai saluran. Sumber pembiayaan tradisional mencakup opsi seperti pinjaman bank, modal ventura, hibah pemerintah, investasi waralaba, pasar saham, surat utang, dan obligasi. Munculnya *fintech* telah memperkenalkan banyak alternatif pembiayaan yang inovatif dan menawarkan pilihan yang lebih variatif. Misalnya pinjaman online atau dikenal sebagai *P2P lending*, berfungsi menjembatani individu yang membutuhkan dana dengan mereka yang memiliki sumber daya.

### **2.1.2 Aplikasi Pinjaman Online**

Aplikasi adalah komponen perangkat lunak yang khusus dibuat untuk pengoperasian pada gadget seluler seperti ponsel cerdas dan tablet (S. Lee, 2017). Aplikasi *smartphone* menghadirkan peluang besar untuk layanan keuangan, karenanya inovasi teknologi, ekonomi, dan kebijakan diperlukan untuk mewujudkan layanan ini (Mushi, Jafari, & Ennis, 2018).

Pinjaman Online didefinisikan sebagai semua aktivitas pinjam meminjam individu dengan lembaga keuangan yang menggunakan platform teknologi tanpa intervensi dari lembaga keuangan tradisional dan terkait dengan aplikasi pembiayaan berbasis internet (I. Lee & Shin, 2018). Pinjaman online merupakan salah satu jenis *financial technology* terutama digunakan untuk memenuhi kebutuhan finansial usaha mikro,

kecil, menengah, ataupun perorangan. Pinjaman online memungkinkan peminjam dan pemberi pinjaman untuk bertransaksi langsung melalui internet tanpa menggunakan bank atau perantara keuangan lainnya. Hal ini merupakan pinjaman tanpa jaminan (Lin, Prabhala, & Viswanathan, 2012).

Mekanisme untuk mendapatkan dana dari pinjaman online kurang lebih setiap penyedia jasa sama. Dari mulai mengisi data diri sampai verifikasi kartu identitas. Setelah diverifikasi oleh lembaga pinjaman online, pencairan dana diproses dan akan masuk ke dalam saldo rekening peminjam beserta informasi jatuh tempo pembayaran serta jumlah nominal yang harus dibayarkan. Pihak penyedia jasa hanya bisa menilai risiko gagal bayar dengan informasi peminjam yang terbatas dan tidak ada jaminan berupa hal yang materiil karena informasi pribadi memiliki pengaruh penting pada kinerja pinjaman, peminjaman, dan keputusan peminjaman (Bachmann et al., 2011).

Hal ini memberikan peluang sekaligus tantangan, terutama dalam mengatasi permasalahan terkait penagihan pinjaman online yang belum dibayar. Meskipun menawarkan kemudahan, hal ini juga menyembunyikan potensi risiko yang tidak boleh diabaikan, meskipun akses terhadap layanan ini mudah dan cepat.

### **2.1.3 COVID-19 dan Dampaknya Terhadap Transaksi Keuangan**

Meningkatnya jumlah pemutusan hubungan kerja berakibat pada naiknya jumlah pengangguran sebagai imbas dari adanya pandemi Covid-

19. Dampaknya adalah perputaran uang di dalam negara mengalami kehambatan karena daya beli masyarakat turun drastis. Virus ini menyebabkan guncangan ekonomi tiga kali lipat: guncangan permintaan, guncangan pasokan, dan guncangan finansial (McKibbin & Fernando, 2020). Perkiraan guncangan permintaan berbeda-beda di setiap negara, sedangkan kecepatan dan pemulihan ekonomi akan bergantung pada efektivitas kebijakan ekonomi nasional.

Sementara itu di IMF, inklusi keuangan digital dipandang sebagai faktor penting dalam mengurangi dampak sosial ekonomi dari krisis (Sahay et al., 2020). Untuk mencapai hal ini, dianjurkan untuk mempromosikan inklusi keuangan dengan berinvestasi dalam bidang teknologi, mengadopsi solusi keuangan yang inovatif, dan mengembangkan produk dan layanan keuangan digital untuk kelompok orang yang tidak memiliki rekening bank.

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengimbau konsumen untuk menggunakan metode pembayaran nirsentuh digital dalam aktivitas keuangannya (Ather et al., 2020). Himbauan tersebut menanggapi laporan kesehatan yang telah membuktikan bahwa virus COVID-19 dapat hidup di permukaan seperti uang tunai dan uang kertas selama 2 hingga 4 hari (Pal & Bhadada, 2020). Dengan latar belakang ini, industri *fintech* pada umumnya di sektor pembayaran non tunai telah mengalami pertumbuhan yang luar biasa selama pandemi.

#### **2.1.4 UTAUT (Unified Theory of Acceptance And Use of Technology)**

UTAUT adalah sebuah teori untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi informasi (Venkatesh et al., 2003). UTAUT dapat digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan teknologi pengguna. Teori ini mencakup empat variabel utama yang mempengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) dan perilaku penggunaan (*use behavior*), antara lain:

a) *Performance Expectancy*

Berdasarkan pendapat Venkatesh et al., (2003) *performance expectancy* menilai seberapa jauh pengguna memiliki kepercayaan jika memanfaatkan sebuah teknologi akan berkontribusi terhadap pencapaian kinerja kerja mereka. Maka prestasi kerja dapat meningkat apabila memahami sistem. Sedangkan menurut Elliott & Shin (2002) terdapat tiga unsur yang mempengaruhi *performance expectancy*, diantaranya adalah *job fit*, *perceived usefulness*, *extrinsic motivation*.

b) *Effort Expectancy*

Faktor ini merupakan seberapa jauh usaha seseorang dalam menggunakan teknologi guna membantu pekerjaan. Pendapat dari (Venkatesh & Davis, 2000) menyebutkan bahwa kemudahan penggunaan sistem dalam memfasilitasi suatu tugas memiliki dampak yang signifikan terhadap kecenderungan penggunaan sistem.

*c) Social Influence*

*Social influence* mengukur seberapa besar keyakinan seseorang bahwa orang lain cenderung mengadopsi sebuah teknologi yang baru (Venkatesh et al., 2003).

*d) Facilitating Conditions*

Sedangkan faktor ini dapat dipahami seberapa jauh seseorang yakin akan kehadiran organisasi dan infrastruktur teknis untuk mendukung pemanfaatan sebuah teknologi (Venkatesh et al., 2003).

#### **2.1.4.1 Kemudahan Penggunaan**

Kemudahan penggunaan diartikan sebagai faktor yang menunjukkan sejauh mana konsumen memandang teknologi mudah digunakan dan memerlukan sedikit usaha untuk menggunakannya. (Davis, 1989). Lebih lanjut, ia menjelaskan ada beberapa indikator yang menunjukkan bahwa suatu teknologi ramah pengguna, antara lain kemudahan dalam perolehan, kemudahan pengelolaan, pemahaman, kemampuan beradaptasi, kemahiran, dan kegunaan. Persepsi kemudahan penggunaan berkaitan dengan seberapa nyaman perasaan konsumen ketika menggunakan dan melakukan usaha dalam upaya memahami layanan teknologi keuangan (Hu, Ding et al., 2019). Dari sini bisa diartikan bahwa persepsi kemudahan

penggunaan berkaitan dengan sejauh mana pengguna dapat menguasai suatu teknologi tanpa ada hambatan.

Temuan sebelumnya yang dilakukan oleh Trivedi & Yadav (2018) mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi belanja online di India. Dapat disimpulkan bahwa peningkatan tingkat kenyamanan sistem dan kenyamanan pengguna berkorelasi dengan meningkatnya niat untuk menggunakannya, jadi jika tingkat kemudahannya tinggi maka semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan.

#### **2.1.4.2 Risiko**

Risiko adalah tindakan seseorang yang menghasilkan keputusan yang memberi harapan dan dapat merugikan (Peter & Ryan, 1976). Sikap resiko merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi berbagai macam keuangan pribadi untuk pengambilan keputusan (Snelbecker, Roszkowski, & Cutler, 1990). Sikap risiko merupakan faktor yang mendasari dalam perencanaan model keuangan dan keputusan konsumen.

Risiko meminjam dana melalui jasa pinjaman online sudah pasti beresiko tinggi karena erat kaitannya dengan data privasi peminjam. Selain itu juga tidak ada jaminan berupa barang atau sesuatu yang dapat diuangkan dari pihak peminjam. Untuk mengurangi risiko, perlu mendapatkan informasi berkualitas

tinggi. Di pasar pinjaman online, informasi daftar jasa pinjaman merupakan dasar penting bagi peminjam untuk mengukur tingkat kepercayaan pemberi pinjaman. Penelitian yang dilakukan oleh Han, Xiao, & Su (2019) menemukan bahwa konsumen dengan preferensi yang lebih tinggi tentang risiko lebih bersedia menggunakan pinjaman P2P. Akan tetapi Liébana et al (2018) terkait dengan studi penerimaan layanan pembayaran online menemukan jika variabel risiko tidak mempengaruhi niat menggunakan pembayaran online.

#### **2.1.4.4 Pengaruh Sosial**

Venkatesh et al., (2003) dan Slade et al., (2015) mengartikan pengaruh sosial seberapa jauh individu percaya bahwa orang lain berpikir mereka harus memanfaatkan teknologi. Lebih lanjut Venkatesh et al., (2003) mengatakan sudut pandang kerabat, anggota keluarga, masyarakat pengguna teknologi dicerminkan oleh pengaruh sosial mengenai penggunaan teknologi. Pengaruh sosial bersumber dari kelompok tertentu, keluarga, maupun media sosial. Perilaku konsumen akan dipengaruhi oleh masyarakat sekitarnya. Konsumen akan mempertimbangkan minat membeli dan menggunakan suatu produk berdasarkan pengaruh sosialnya. Hasil penemuan dari Park, Ahn, Thavisay, & Ren (2019) menemukan bahwa pengaruh sosial berdampak pada berbagai

manfaat layanan pembayaran seluler. Sementara itu, Patel & Patel (2018) mengungkapkan temuan serupa yaitu pengaruh sosial adalah salah satu faktor terpenting dalam adopsi *internet banking* di India.

#### **2.1.4.5 Kepercayaan**

Kepercayaan pada penyedia jasa didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan bahwa penyedia layanan memiliki integritas dan dapat diandalkan (Shin, 2013). Kepercayaan dapat diperiksa dari dua perspektif, yaitu kepercayaan pelanggan terhadap penyedia layanan dan kepercayaan mereka terhadap teknologi yang digunakan. Dalam konteks penggunaan teknologi, pengertian kepercayaan dikaitkan dengan niat atau keyakinan dalam menggunakan teknologi tersebut. (Chatterjee & Bolar, 2019). Variabel kepercayaan mempunyai peran vital karena menjaga keamanan data pribadi yang penting untuk layanan keuangan. Karena pada penerimaan teknologi, khususnya yang dirancang untuk transaksi keuangan, dianggap berdasarkan kepercayaan individu terhadap penyedia jasanya (Shao & Zhang, 2018).

Kepercayaan memainkan peran penting dalam adopsi teknologi. Konsumen dapat dengan mudah beralih ke teknologi alternatif jika mereka memiliki kepercayaan yang lebih besar terhadap alternatif tersebut dibandingkan dengan teknologi yang

mereka gunakan saat ini. Sebaliknya, berkurangnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu teknologi dapat menyebabkan berkurangnya adopsi terhadap teknologi tersebut. Sebuah temuan dari Hu et al., (2019) menjelaskan jika kepercayaan seseorang untuk *fintech* terdapat korelasi sangat positif terhadap sikap adopsi pengguna. Sehingga, semakin pengguna mempercayai penyedia layanan jasa, semakin tinggi juga keinginan untuk memakai teknologi keuangan tersebut. Chawla & Joshi (2020) juga menuturkan niat seseorang menggunakan *mobile wallet* dipengaruhi oleh variabel kepercayaan.

### **2.1.5 Niat Menggunakan Aplikasi Pinjaman Online**

Model *Unified Theory of Acceptance And Use of Technology* (UTAUT) memperlihatkan jika penggunaan sistem sebenarnya ditentukan dari niat perilaku individu (Venkatesh et al., (2003); Ajzen, (2011). Definisi niat perilaku menurut Ajzen & Fishbein (1975) merupakan penilaian pribadi seseorang bahwa dia akan melakukan beberapa perilaku. Menurut Davis (1989), pengalaman positif pengguna sistem informasi akan merangsang motivasi mereka untuk menggunakan sistem informasi.

Niat menggunakan terhadap penggunaan *financial technology* pernah diteliti oleh Revathy & Balaji (2020) tentang penggunaan e-wallet di masa *lockdown* saat Covid-19. Temuan dari penelitian tersebut adalah

penggunaan e-wallet sangat dipengaruhi oleh niat perilaku seseorang untuk menggunakan layanan *fintech* tersebut. Hasil penelitian lain sebelumnya telah menemukan hasil yang positif signifikan terhadap niat menggunakan dan penggunaan teknologi baru (Barry & Jan, 2018).

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Studi ini mengacu pada sejumlah referensi dan sumber penelitian sebelumnya, sebagaimana diuraikan dalam tabel berikut:

. Tabel 2.1

### Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	(Liébana-Cabanillas et al., 2018)	<i>Assesing the role of risk and trust in consumers' adoption of online payment systems</i>	<b>Variabel Independen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Risiko</li> <li>- Kepercayaan</li> </ul> <b>Variabel Dependen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sikap</li> <li>- Niat Menggunakan</li> </ul>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya sikap yang menentukan niat menggunakan sistem pembayaran, bukan kepercayaan dan risiko yang dirasakan.
2.	(Han et al., 2019)	<i>Financing knowledge, risk attitude and P2P borrowing in China</i>	<b>Variabel Independen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Resiko</li> <li>- Pengetahuan Keuangan Konsumen</li> </ul> <b>Variabel Dependen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Niat menggunakan pinjaman P2P di China</li> </ul>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa resiko dan pengetahuan keuangan konsumen berhubungan positif dengan pinjaman P2P
3.	(Asja et al., 2021)	<i>The Influence of Perceived</i>	<b>Variabel Independen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemudahan</li> </ul>	Hasil penelitian ini menyatakan

		<i>Usefulness, Ease of Use and Income on Interest in Using Paylater: A Case Study of People in DKI Jakarta</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manfaat</li> <li>- Pendapatan</li> </ul> <b>Variabel Dependen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Minat Menggunakan PayLater</li> </ul>	bahwa manfaat dan pendapatan berpengaruh positif untuk minat menggunakan paylater sedangkan kemudahan tidak memiliki pengaruh untuk minat menggunakan paylater
4.	(Park et al., 2019)	<i>Examining the role of anxiety and social influence in multi-benefits of mobile payment service</i>	<b>Variabel Independen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengaruh Sosial</li> <li>- Kecemasan Teknologi</li> </ul> <b>Variabel Dependen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Niat mengadopsi pembayaran seluler</li> </ul>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sosial dan kecemasan teknologi berdampak positif pada niat mengadopsi pembayaran seluler
5.	(Hu et al., 2019)	<i>Adoption Intention of Fintech Services for Bank Users: An Empirical Examination with an Extended Technology Acceptance Model</i>	<b>Variabel Independen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persepsi Kegunaan</li> <li>- Persepsi Kemudahan Penggunaan</li> <li>- Sikap</li> <li>- Kepercayaan</li> <li>- Persepsi Risiko</li> <li>- Dukungan Pemerintah</li> <li>- Inovasi Pengguna</li> </ul> <b>Variabel Dependen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Niat mengadopsi jasa fintech untuk pengguna Bank</li> </ul>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan pengguna terhadap layanan fintech memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap niat mengadopsi jasa fintech untuk pengguna Bank.
6.	(Revathy & Balaji, 2020)	<i>Determinants of behavioural intention on e-</i>	<b>Variabel Independen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keamanan</li> <li>- Pengaruh Sosial</li> </ul>	Temuan dari penelitian ini menunjukkan

		<i>wallet usage: an empirical examination in amid COVID-19 lockdown period</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspektasi Kinerja</li> <li>- Niat Menggunakan</li> </ul> <b>Variabel Dependen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan E-Wallet</li> </ul>	bahwa keamanan, pengaruh sosial, ekspektasi kinerja, dan niat berperilaku memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan dompet elektronik selama lockdown akibat Covid-19.
7.	(Trivedi & Yadav, 2018)	<i>Predicting online repurchase intentions with e-satisfaction as mediator: a study on Gen Y</i>	<b>Variabel Independen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keamanan</li> <li>- Masalah Privasi</li> <li>- Kepercayaan</li> <li>- Kemudahan Penggunaan</li> </ul> <b>Variabel Dependen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Niat membeli kembali secara online</li> </ul>	Hasil temuan ini mengungkapkan bahwa keamanan, kekhawatiran tentang privasi, kepercayaan, dan kenyamanan memiliki korelasi positif dan signifikan dengan niat pembelian ulang secara online.
8.	(Barry & Jan, 2018)	<i>Factors Influencing the Use of M-Commerce: An Extended Technology Acceptance Model Perspective</i>	<b>Variabel Independen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manfaat yang dirasakan</li> <li>- Kenikmatan yang dirasakan</li> <li>- Privasi dan keamanan</li> </ul> <b>Variabel Dependen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Niat berperilaku</li> <li>- Penggunaan nyata m-commerce</li> </ul>	Temuan lebih lanjut mengungkapkan bahwa manfaat yang dirasakan, kenikmatan yang dirasakan, serta privasi dan keamanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat berperilaku. Lalu niat perilaku mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan m-commerce.

9.	(Chawla & Joshi, 2020)	<i>The moderating role of gender and age in the adoption of mobile wallet</i>	<p><b>Variabel Independen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemudahan penggunaan</li> <li>- Kegunaan,</li> <li>- Kepercayaan</li> <li>- Keamanan</li> <li>- Kondisi yang memfasilitasi</li> <li>- Kesesuaian gaya hidup</li> </ul> <p><b>Variabel Dependen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sikap</li> <li>- Niat pengguna</li> </ul>	Hasil penelitian ini adalah kemudahan penggunaan, kegunaan, kepercayaan, keamanan, kondisi yang memfasilitasi dan kesesuaian gaya hidup secara signifikan mempengaruhi sikap dan niat pengguna
----	------------------------	---	--	--

### 2.3 Hipotesis Penelitian

Dari hasil uraian teori di atas dan menelaah hasil penemuan yang dahulu, peneliti menyusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

#### 2.3.1 Kemudahan penggunaan terhadap niat penggunaan Aplikasi Pinjaman Online

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai faktor yang menunjukkan sejauh mana konsumen memandang teknologi mudah digunakan dan memerlukan sedikit usaha untuk menggunakannya. (Davis, 1989). Kemudahan penggunaan memegang peranan penting dalam mempengaruhi niat menggunakan aplikasi pinjaman online. Ketika sebuah aplikasi pinjaman online mudah digunakan akan mengurangi upaya yang diperlukan pengguna untuk menavigasi aplikasi.

Meyliana (2019) dalam penelitiannya terkait dengan studi penerimaan layanan teknologi finansial mendapatkan hasil bahwa faktor

kemudahan penggunaan mempengaruhi niat penggunaan teknologi finansial. Trivedi & Yadav (2018) juga menuturkan kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat seseorang memakai aplikasi belanja online.

H1: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan Aplikasi Pinjaman *Online*.

### **2.3.2 Risiko terhadap niat penggunaan Aplikasi Pinjaman *Online***

Persepsi risiko mengacu pada bagaimana konsumen memandang ketidakpastian dan konsekuensi negatif dalam suatu aktivitas. Risiko adalah tindakan seseorang yang menghasilkan keputusan yang memberi harapan dan dapat merugikan (Peter & Ryan, 1976). Ketika persepsi risiko seseorang rendah maka tingkat kepercayaannya cenderung tinggi, begitu pula sebaliknya. Penelitian yang dilakukan oleh Han, Xiao, & Su (2019) menemukan bahwa konsumen dengan preferensi yang lebih tinggi tentang risiko lebih berniat menggunakan pinjaman P2P. Penelitian lain menunjukkan risiko tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan (Liébana-Cabanillas et al., 2018).

H2: Risiko berpengaruh positif terhadap niat penggunaan Aplikasi Pinjaman *Online*.

### **2.3.3 Pengaruh sosial terhadap niat penggunaan Aplikasi Pinjaman**

#### ***Online***

Venkatesh et al., (2003) dan Slade et al., (2015) mengartikan pengaruh sosial seberapa jauh individu percaya bahwa individu lain berpikir mereka akan memanfaatkan teknologi. Status sosial mengacu pada kedudukan individu secara keseluruhan dalam masyarakat bila dibandingkan dengan orang lain dalam lingkungan sosialnya. Biasanya status sosial ditentukan oleh beberapa aspek keterlibatan seseorang dalam kehidupan sosial, seperti pekerjaan, pendidikan, kedudukan dalam keluarga, peran dalam masyarakat, dan agama kepercayaan. Penelitian dari Park et al (2019) menghasilkan temuan jika pengaruh sosial mempengaruhi niat mengadopsi layanan pembayaran seluler.

H3: Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat penggunaan Aplikasi Pinjaman *Online*.

### **2.3.4 Kepercayaan terhadap niat penggunaan Aplikasi Pinjaman**

#### ***Online***

Kepercayaan pada penyedia layanan ditandai dengan kepercayaan pelanggan terhadap kejujuran dan keandalan penyedia layanan. (Shin, 2013). Penelitian dari Hu et al., (2019) menghasilkan temuan jika kepercayaan pengguna terhadap layanan *fintech* mempunyai pengaruh yang positif terhadap niat adopsi teknologi oleh pengguna. Chawla &

Joshi (2020) juga menemukan bahwa kepercayaan mempengaruhi niat pengguna menggunakan mobile wallet.

H4: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan Aplikasi Pinjaman *Online*

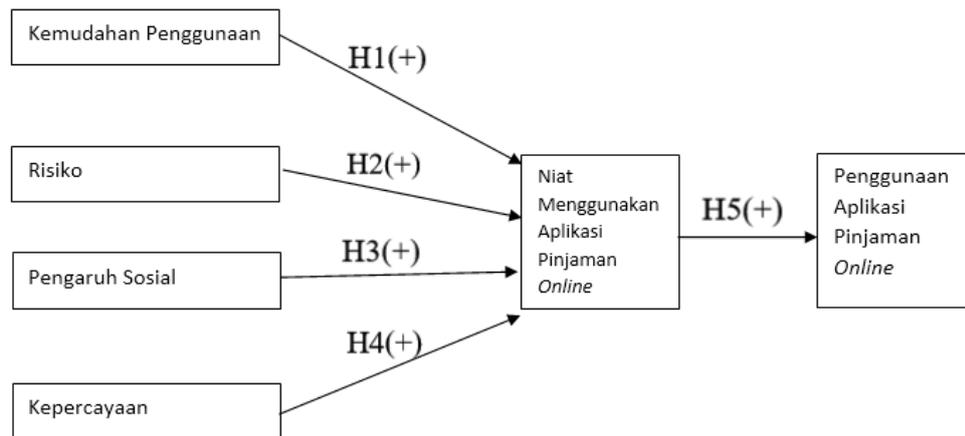
### **2.3.5 Niat berpengaruh terhadap penggunaan Aplikasi Pinjaman *Online***

Teori UTAUT menyatakan bahwa penggunaan teknologi yang sesungguhnya ditentukan oleh niat perilaku penggunanya. Ajzen & Fishbein (1975) mendefinisikan niat sebagai penilaian pribadi seseorang bahwa dia akan melakukan beberapa perilaku. Pengalaman positif yang dialami oleh pengguna sistem informasi akan memotivasi kecenderungan mereka untuk memanfaatkan sistem tersebut. (Davis, 1989). Sehingga jika suatu sistem atau teknologi semakin menguntungkan bagi penggunanya maka akan lebih menstimulus untuk menggunakan sistem tersebut.

Penelitian dari Revathy & Balaji (2020) membuktikan bahwa niat untuk menggunakan e-wallet sangat berpengaruh secara signifikan. Sama halnya dengan Gerlach & Lutz (2019) mendapatkan temuan bahwa niat seseorang untuk menggunakan mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan teknologi finansial. Begitu juga Barry & Jan (2018) menemukan bahwa penggunaan *e-commerce* dipengaruhi secara positif oleh niat perilaku.

H5: Niat menggunakan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan Aplikasi Pinjaman *Online* selama masa pandemi Covid-19.

## 2.4 Kerangka Penelitian



**Gambar 2.1 Kerangka Penelitian**

Kerangka diatas akan diterapkan pada tiga konteks waktu yang berbeda dalam hubungannya dengan krisis pandemi, yaitu sebelum krisis pandemi, saat terjadinya krisis pandemi, dan pasca krisis pandemi. Tujuan dari digunakannya rentang tiga waktu tersebut adalah untuk mengetahui apakah perilaku pengguna akan sama atau berbeda.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Populasi dan Sampel

Studi disini berfokus untuk menjelaskan perilaku pengguna menggunakan layanan pinjaman *online* dalam tiga titik waktu yang berbeda. Populasi penelitian terdiri dari pengguna yang memakai pinjaman *online* dalam bentuk aplikasi untuk mendapatkan dana. Lalu untuk sampelnya dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk memfasilitasi pemilihan karakteristik pengguna yang telah ditentukan. Tempat untuk memilih sampel pada penelitian disini yaitu melalui grup Facebook aplikasi pinjaman online karena respondennya lebih spesifik dan terarah, selain itu grup tersebut berdiri sebelum adanya pandemi Covid-19 sehingga dapat menjangkau responden yang diinginkan dari peneliti.

Adapun kriteria yang dimaksud untuk sampelnya antara lain:

1. Berusia minimal 18 tahun.
2. Pernah menggunakan aplikasi pinjaman online yang teregistrasi di OJK pada tiga waktu berbeda, yaitu sebelum pandemi (awal Januari 2020), selama pandemi (Maret 2020), serta pasca pandemi (akhir tahun 2022).
3. Bersedia memilih tiga jawaban dari setiap pernyataan yang diberikan dalam kuesioner.

Alasan dipilih minimal usia 18 tahun adalah rata-rata persyaratan untuk mengajukan pinjaman *online* adalah sudah memiliki KTP dan sudah

mempunyai penghasilan. Lalu responden juga harus pernah memakai pinjaman online legal pada tiga waktu yang disebutkan diatas untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan terhadap penerimaan teknologi pada rentang waktu tersebut.

### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Responden merupakan sumber data primer yang digunakan di dalam penelitian ini. Data tersebut didapatkan dari menyebarkan kuesioner dalam format Google Form kepada individu yang memanfaatkan aplikasi pinjaman online legal. Isi dari google form di bagian pertama memuat data diri responden serta memilih penyedia jasa aplikasi pinjaman online legal yang digunakannya. Lalu pada halaman berikutnya berisi pertanyaan-pertanyaan berdasarkan variabel penelitian untuk dinilai oleh responden. Penyusunan kuesioner ini menggunakan skala likert.

### **3.3 Teknik Pengambilan Sampling**

Metode untuk menentukan sampel disini dengan pendekatan *purposive sampling*, caranya adalah mengambil sampel dengan karakteristik tertentu. *Purposive sampling* dipilih karena sasaran responden harus memenuhi persyaratan tertentu, khususnya menggunakan aplikasi pinjaman online terdaftar di OJK., berusia minimal 18 tahun, dan sudah berpenghasilan. Menghitung ukuran sampel yang representatif, seperti yang disarankan oleh (Hair et al., 2014), melibatkan mengalikan jumlah indikator dengan 5. Banyaknya indikator disini adalah 23, sehingga banyaknya sampel sama dengan banyaknya indikator dikali 5 dan hasilnya adalah 115 sampel.

Pengukuran variabel independen dalam penelitian ini mencakup kemudahan penggunaan, risiko, pengaruh sosial, dan kepercayaan. Sedangkan variabel dependennya adalah niat menggunakan aplikasi pinjaman *online* dan penggunaan aplikasi pinjaman *online*. Lalu data kuesioner dinilai memakai skala *likert-type* dengan pilihan dari rentang 1-6.

**Tabel 3.1 Skala *Likert-type***

<b>Jawaban</b>	<b>Skala</b>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Agak Tidak Setuju (ATS)	3
Agak Setuju (AS)	4
Setuju (S)	5
Sangat Setuju (SS)	6

### **3.4 Definisi Operasional Variabel**

#### **3.4.1 Variabel Independen**

Definisi dari variabel ini ialah semua faktor yang mempengaruhi variabel terikat. Ada enam variabel independen yang ada di ruang lingkup ini, diantaranya adalah kemudahan penggunaan, risiko, pengaruh sosial, dan kepercayaan.

**Tabel 3.2**

**Definisi Operasional dan Indikator Variabel Independen**

<b>Variabel</b>	<b>Item Pertanyaan</b>	<b>Referensi</b>
<p><b>Kemudahan Penggunaan (X1)</b></p> <p><b>Definisi Operasional:</b> Kemudahan penggunaan dicirikan sebagai metrik yang mencerminkan tingkat kepercayaan konsumen bahwa teknologi dapat dimanfaatkan dengan mudah tanpa usaha yang besar. (Davis, 1989).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplikasi pinjaman <i>online</i> mudah digunakan tanpa perlu bantuan orang lain</li> <li>2. Sistem di aplikasi pinjaman <i>online</i> tidak rumit</li> <li>3. Saya mampu memahami setiap fungsi yang ada di aplikasi pinjaman <i>online</i></li> <li>4. Memahami sistem aplikasi pinjaman <i>online</i> tidak membutuhkan waktu yang lama</li> <li>5. Saya mampu mengoperasikan sistem aplikasi pinjaman <i>online</i> dengan cepat</li> </ol>	<p>Davis, (1989), Hu, Ding et al., (2019)</p>
<p><b>Risiko (X2)</b></p> <p><b>Definisi Operasional:</b> Risiko adalah tindakan seseorang yang menghasilkan keputusan yang memberi harapan dan dapat merugikan (Peter &amp; Ryan, 1976)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa perusahaan aplikasi pinjaman <i>online</i> dapat menyebarkan informasi pribadi tanpa izin</li> <li>2. Aplikasi pinjaman <i>online</i> di bawah OJK memiliki keamanan yang baik</li> <li>3. Menggunakan aplikasi pinjaman <i>online</i> memiliki resiko keuangan yang harus ditanggung</li> <li>4. Saya bersedia menerima resiko saat menggunakan aplikasi pinjaman <i>online</i></li> </ol>	<p>Han, Xiao, &amp; Su (2019)</p>
<p><b>Pengaruh Sosial (X3)</b></p> <p><b>Definisi</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya menggunakan aplikasi pinjaman <i>online</i> karena banyak digunakan oleh orang lain</li> <li>2. Lingkungan saya mendukung untuk</li> </ol>	<p>Venkatesh et al., (2003), Park, Ahn, Thavisay, &amp;</p>

<p><b>Operasional:</b> Venkatesh et al., (2003) dan Slade et al., (2015) mengartikan pengaruh sosial adalah seberapa jauh konsumen melihat bahwa individu lain percaya dan menggunakan teknologi.</p>	<p>menggunakan pinjaman <i>online</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Keluarga dan teman-teman saya menyarankan untuk menggunakan pinjaman <i>online</i></li> <li>4. Media sosial membantu saya dalam menggunakan pinjaman <i>online</i></li> </ol>	<p>Ren (2019)</p>
<p><b>Kepercayaan (X4)</b></p> <p><b>Definisi Operasional:</b> Kepercayaan pada penyedia jasa didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan bahwa penyedia layanan memiliki integritas dan dapat diandalkan (Shin, 2013)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya mendapatkan apa yang dibutuhkan dari menggunakan aplikasi pinjaman <i>online</i></li> <li>2. Aplikasi pinjaman <i>online</i> memberikan pelayanan yang baik</li> <li>3. Aplikasi pinjaman <i>online</i> dapat memenuhi janji dan komitmennya</li> <li>4. Saya merasa data pribadi di aplikasi pinjaman <i>online</i> dilindungi</li> </ol>	<p>Shin (2013), Shao &amp; Zhang (2018)</p>

### 3.4.2 Variabel Dependen

Definisi dari variabel dependen adalah variabel sebagai akibat dari variabel independen. Variabel dependen dari penelitian ini yaitu penggunaan nyata aplikasi pinjaman online.

**Tabel 3.3**

**Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel Dependen**

<b>Variabel</b>	<b>Item Pertanyaan</b>	<b>Referensi</b>
<p><b>Niat Menggunakan Aplikasi Pinjaman Online (Y1)</b></p> <p>Definisi Operasional: Menurut Ajzen &amp; Fishbein (1975) niat perilaku merupakan penilaian pribadi seseorang bahwa dia akan melakukan beberapa perilaku</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya berniat untuk melakukan pinjaman <i>online</i> melalui aplikasi</li> <li>2. Saya akan menggunakan aplikasi pinjaman <i>online</i> di masa yang akan datang</li> <li>3. Saya akan menggunakan aplikasi pinjaman <i>online</i> saat memiliki kebutuhan yang mendesak</li> </ol>	<p>Ajzen &amp; Fishbein (1975), Revathy &amp; Balaji (2020)</p>
<p><b>Penggunaan Aplikasi Pinjaman Online (Y2)</b></p> <p>Definisi Operasional: Penggunaan dapat didefinisikan sebagai penggunaan yang sebenarnya dari sistem atau teknologi (Venkatesh et al., 2003)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya menyukai layanan pinjaman <i>online</i> melalui aplikasi</li> <li>2. Saya menggunakan aplikasi pinjaman <i>online</i> untuk kegiatan pendanaan saya</li> <li>3. Saya akan merekomendasikan aplikasi pinjaman <i>online</i> kepada teman-teman saya</li> </ol>	<p>Venkatesh et al (2003), I. Lee &amp; Shin (2018)</p>

**3.5 Metode Analisis Data**

Alat bantu untuk mengolah dan menganalisis data dalam penelitian ini memakai analisis *Partial Least Squares* (PLS) pada software SmartPLS v3 dimana merupakan jenis *Structural Equation Model* (SEM). PLS-SEM dirancang untuk mengoptimalkan varians yang dijelaskan dalam konstruk

dependen dengan tetap fokus pada kualitas data sejalan dengan karakteristik model pengukuran. (Hair et al., 2011). PLS adalah teknik analisis yang dikenal karena mempunyai lebih sedikit masalah pada identifikasinya. Terdapat dua tahap dalam penilaian PLS-SEM, keduanya adalah model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

### **3.5.1 Model Pengukuran (Outer Model)**

#### **3.5.1.1 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan guna menilai kemampuan suatu instrumen yang dipakai untuk mengukur variabel penelitian. Pengujian ini membantu memastikan validitas instrumen, yang berarti kemampuannya mengukur variabel yang diinginkan sesuai dengan tujuan penelitian. Penilaian validitas disini terdiri dari dua komponen, masing-masing adalah validitas konvergen dan validitas diskriminan. Dalam kasus validitas konvergen, *Average Variance Extracted* (AVE) harus diuji. Nilai AVE sebesar 0,50 dengan nilai outer loading lebih dari 0,70 menunjukkan validitas konvergen yang baik. Untuk validitas diskriminan, nilai AVE setiap konstruk harus melebihi nilai korelasi antar konstruk, dan *loading* setiap indikator harus melebihi seluruh *cross-loading*. (Hair et al., 2011).

### 3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan guna menentukan apakah alat ukur dapat mempertahankan konsistennya dari waktu ke waktu atau pada beberapa pengukuran variabel yang sama. Suatu pengukuran dikatakan reliabel jika hasilnya tetap stabil. Suatu variabel dianggap andal jika variabel tersebut menunjukkan *composite reliability* dan nilai *cronbach alpha* yang melebihi 0,70. (Hair et al., 2011).

### 3.6.1 Model Struktural (Inner Model)

*Coefficient determination (R-square)* dan *path coefficient* digunakan untuk menguji model struktural. *R-square* dihitung dengan menguji *goodness-fit model*. Model penelitian kuat memiliki nilai *R-Square* 0,75, model penelitian sedang bernilai 0,50, serta model penelitian lemah bernilai 0,25. Prosedur *bootstrapping* dapat digunakan untuk menentukan signifikansi dari setiap *path coefficient*. Jalur yang kurang signifikan atau menunjukkan indikasi yang bertentangan dengan hipotesis tidak memberikan dukungan terhadap hipotesis awal. Sebaliknya, jalur signifikan yang selaras dengan arah hipotesis mendukung hubungan sebab akibat. (Hair et al., 2011).

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Di bagian ini akan ditunjukkan bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan, risiko, pengaruh sosial, dan kepercayaan terhadap niat menggunakan serta pengaruh niat menggunakan terhadap penggunaan nyata menggunakan aplikasi pinjaman online dalam tiga sesi waktu yang berbeda, yaitu sebelum, saat, dan pasca krisis Covid-19. Perolehan data ini diperoleh dari kuesioner melalui google form lalu diolah menggunakan SmartPLS v3 untuk dilakukan analisa. Sehingga dari data ini akan diuji validitas dan reliabilitasnya lalu menguji hipotesisnya apakah hasilnya akan diterima atau ditolak.

#### 4.1 Deskripsi Responden

##### 4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Klasifikasi Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Presentase (%)</b>
Laki-laki	72	63
Perempuan	43	37
Total	115	100

Berdasarkan pada tabel diatas, mayoritas responden penelitian adalah laki-laki yang terdiri dari 72 orang atau setara dengan 63% dari total keseluruhan 115 responden. Sebaliknya, responden perempuan berjumlah 43 orang atau 37%.

#### 4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Klasifikasi Kelompok Usia

<b>Kelompok Usia</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Presentase (%)</b>
18-20 tahun	4	3
21-25 tahun	28	24
26-30 tahun	42	37
31-35 tahun	41	36
Total	115	100

Berdasarkan pada tabel diatas, kelompok usia terbesar di antara peserta penelitian terdiri dari individu berusia antara 26 dan 30 tahun, yaitu 42 individu atau 37% dari total sampel. Selain itu, terdapat 4 responden berusia 18-20 tahun yang merupakan 3% dari sampel. Sementara 28 orang atau 24% berada dalam rentang usia 21-25 tahun. Selain itu, 41 peserta yang merupakan 36% dari total jumlah responden yaitu 115, berusia antara 31 dan 35 tahun.

#### 4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Aplikasi

Tabel 4.3 Klasifikasi Jenis Aplikasi

<b>Jenis Aplikasi</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Presentase (%)</b>
Akulaku	28	24
Adakami	7	6
Kredivo	26	23
Easy Cash	21	18
Shopee Pinjam	33	29

Total	115	100
-------	-----	-----

Berdasarkan tabel yang tersedia, sebagian besar responden dalam sampel penelitian yaitu 33 orang atau 29% dari total responden menggunakan Shopee Pinjam sebagai aplikasi pilihan mereka. Mengikuti di belakangnya 28 individu atau 24% responden memilih Akulaku. Sedangkan 7 individu atau 6% memilih Adakami. Selain itu, 26 individu atau 23% responden memilih Kredivo. Terakhir, Easy Cash digunakan oleh 21 responden atau 18% dari total 115 responden

#### 4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 4.4 Klasifikasi Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Buruh Pabrik	17	15
Pegawai Negeri	19	17
Pegawai Swasta	34	30
Wirausaha	33	29
Lainnya	12	10
Total	115	100

Berdasarkan pada tabel diatas, sebagian besar responden, yaitu 30% dari total sampel penelitian, bekerja di sektor swasta yang secara spesifik ada 34 individu dalam kategori ini. Pekerja pabrik berjumlah 15% dengan 17 responden, PNS berjumlah 17% dengan 19 responden, dan pengusaha

mewakili 29% dengan 33 responden. Selain itu, 10% dari total responden, setara dengan 12 dari 115 responden, telah memilih pekerjaan lain.

#### 4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Rata-rata Penghasilan Sebulan

Tabel 4.5 Klasifikasi Rata-rata Penghasilan Sebulan

<b>Rata-rata Penghasilan Sebulan</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Presentase (%)</b>
< Rp1.000.000	5	4
Rp1.000.000 - Rp3.000.000	31	27
Rp3.000.000 - Rp5.000.000	51	44
Rp5.000.000 - Rp10.000.000	28	24
Total	115	100

Berdasarkan data yang ada, sebagian besar partisipan dalam sampel penelitian, yaitu 27% atau 31 orang melaporkan penghasilan bulanan rata-rata berkisar antara Rp3.000.000 hingga Rp5.000.000. Selain itu, 4% atau 5 responden menunjukkan rata-rata penghasilan bulanan di bawah Rp1.000.000. Sedangkan 27% atau 31 peserta melaporkan penghasilan antara Rp1.000.000 dan Rp3.000.000. Selanjutnya, dari total 115 responden, 24% atau 28 orang menyatakan penghasilan bulannya berada pada kisaran Rp5.000.000 hingga Rp10.000.000.

#### 4.1.6 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pinjaman

Tabel 4.6 Klasifikasi Jumlah Pinjaman

<b>Jumlah Pinjaman</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Presentase (%)</b>
< Rp500.000	5	4
Rp1.000.000 - Rp2.000.000	9	8
Rp2.000.000 - Rp3.000.000	14	12
Rp3.000.000 - Rp4.000.000	22	19
> Rp5.000.000	65	57
Total	115	100

Dari data yang tersaji pada tabel terlihat bahwa mayoritas partisipan sampel penelitian memiliki jumlah pinjaman melebihi Rp5.000.000. Secara khusus, 65 orang yang merupakan 57% dari total responden termasuk dalam kategori ini. Selain itu terdapat 5 responden yang merupakan 4% dari sampel, yang memiliki jumlah pinjaman di bawah Rp500.000. Selanjutnya, 9 peserta yang merupakan 8% dari sampel memiliki jumlah pinjaman berkisar Rp1.000.000 hingga Rp2.000.000. Sedangkan 14 orang atau 12% dari sampel memiliki jumlah pinjaman direntang Rp2.000.000 hingga Rp3.000.000. Terakhir, dari total 115 responden, 22 orang atau 19% dari sampel melaporkan jumlah pinjaman antara Rp3.000.000 hingga Rp4.000.000.

## 4.2 Evaluasi Model Pengukuran

Untuk memastikan keakuratan dan konsistensi instrumen data penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian dalam tiga sesi berbeda: pra-Covid-19, saat Covid-19, dan pasca-Covid-19. Tujuannya untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas masing-masing instrumen.

### 4.2.1 Uji Validitas

#### 4.2.1.1 Uji Validitas Konvergen

Penilaian validitas konvergen melibatkan evaluasi outer loading dan Average Variance Extracted (AVE). Agar outer loading dianggap valid, setiap indikator nilainya wajib diatas 0,70. Demikian pula, AVE dianggap valid bila nilainya melampaui 0,50.

Tabel 4.7 Nilai Outer Loading Sebelum Covid-19

Variabel	Item	Loading
Kemudahan Penggunaan	KP01	0,839
	KP02	0,739
	KP03	0,783
	KP04	0,664
	KP05	0,789
Risiko	RI01	0,831
	RI02	0,916
	RI03	0,957
	RI04	0,948
Pengaruh Sosial	PS01	0,881
	PS02	0,933

	PS03	0,963
	PS04	0,839
Kepercayaan	KE01	0,793
	KE02	0,521
	KE03	0,834
	KE04	0,857
Niat Menggunakan	NM01	0,776
	NM02	0,899
	NM03	0,850
Penggunaan Nyata	PN01	0,759
	PN02	0,808
	PN03	0,837

Berdasarkan hasil pada tabel 4.7, indikator KP04 dan KE02 dengan masing-masing nilainya 0,664 dan 0,521 berada dibawah 0,7. Maka supaya bisa dikatakan valid *outer loadingnya*, dilakukan penghapusan indikator yang dibawah 0,7 kemudian melakukan pengujian ulang. Berikut merupakan pengujian ulang setelah penghapusan dua indikator tadi.

Tabel 4.8 Nilai Outer Loading Sebelum Covid-19 (Setelah Perbaikan)

Variabel	Item	Loading
Kemudahan Penggunaan	KP01	0,839
	KP02	0,739
	KP03	0,783
	KP05	0,789

Risiko	RI01	0,831
	RI02	0,916
	RI03	0,957
	RI04	0,948
Pengaruh Sosial	PS01	0,881
	PS02	0,933
	PS03	0,963
	PS04	0,839
Kepercayaan	KE01	0,793
	KE03	0,834
	KE04	0,857
Niat Menggunakan	NM01	0,776
	NM02	0,899
	NM03	0,850
Penggunaan Nyata	PN01	0,759
	PN02	0,808
	PN03	0,837

Setelah penghapusan dua indikator tadi, semua nilai *outer loading* sudah melebihi 0,7 sehingga dapat dinyatakan *outer loading* data sebelum Covid-19 ini valid. Selanjutnya adalah pengujian nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan akan valid jika nilai AVE melebihi 0,5. Berikut hasil pengujian untuk AVE.

Tabel 4.9 Hasil Pengujian AVE Sebelum Covid-19

Variabel	AVE
Kemudahan Penggunaan	0,585
Risiko	0,836
Pengaruh Sosial	0,819
Kepercayaan	0,582
Niat Menggunakan	0,711
Penggunaan Nyata	0,644

Hasil pengujian AVE berdasarkan tabel 4.9 memperlihatkan nilainya melebihi 0,5 untuk semua variabel yang menunjukkan validitasnya. Hasil yang diperoleh menegaskan bahwa data yang dikumpulkan sebelum Covid-19 memenuhi kriteria validitas konvergen, karena nilai *outer loading* dan nilai AVE masing-masing berada diatas angka 0,7 dan 0,5.

Tabel 4.10 Nilai Outer Loading Saat Covid-19

Variabel	Item	Loading
Kemudahan Penggunaan	KP01	0,869
	KP02	0,855
	KP03	0,874
	KP04	0,805
	KP05	0,768
Risiko	RI01	0,834
	RI02	0,961

	RI03	0,972
	RI04	0,928
Pengaruh Sosial	PS01	0,586
	PS02	0,848
	PS03	0,918
	PS04	0,730
Kepercayaan	KE01	0,731
	KE02	0,736
	KE03	0,865
	KE04	0,691
Niat Menggunakan	NM01	0,861
	NM02	0,913
	NM03	0,868
Penggunaan Nyata	PN01	0,810
	PN02	0,871
	PN03	0,783

Berdasarkan hasil pada tabel 4.10, indikator PS01 dan KE04 dengan masing-masing nilainya 0,586 dan 0,691 berada dibawah 0,7. Maka supaya bisa dikatakan valid *outer loadingnya*, dilakukan penghapusan indikator yang dibawah 0,7 kemudian melakukan pengujian ulang. Berikut merupakan pengujian ulang setelah penghapusan dua indikator tadi.

Tabel 4.11 Nilai Outer Loading Saat Covid-19 (Setelah Perbaikan)

<b>Variabel</b>	<b>Item</b>	<b>Loading</b>
Kemudahan Penggunaan	KP01	0,869
	KP02	0,855
	KP03	0,874
	KP04	0,805
	KP05	0,768
Risiko	RI01	0,834
	RI02	0,961
	RI03	0,972
	RI04	0,928
Pengaruh Sosial	PS02	0,848
	PS03	0,918
	PS04	0,730
Kepercayaan	KE01	0,731
	KE02	0,736
	KE03	0,865
Niat Menggunakan	NM01	0,861
	NM02	0,913
	NM03	0,868
Penggunaan Nyata	PN01	0,810
	PN02	0,871
	PN03	0,783

Setelah penghapusan dua indikator tadi, semua nilai outer loading sudah melebihi 0,7 sehingga dapat dinyatakan outer loading data saat Covid-19 ini valid. Selanjutnya adalah pengujian

nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan akan valid jika nilai AVE melebihi 0,5. Berikut hasil pengujian untuk AVE.

Tabel 4.12 Hasil Pengujian AVE Saat Covid-19

Variabel	AVE
Kemudahan Penggunaan	0,698
Risiko	0,856
Pengaruh Sosial	0,610
Kepercayaan	0,575
Niat Menggunakan	0,776
Penggunaan Nyata	0,676

Hasil pengujian AVE berdasarkan tabel 4.12 memperlihatkan nilainya melebihi 0,5 untuk semua variabel yang menunjukkan validitasnya. Hasil yang diperoleh menegaskan bahwa data yang dikumpulkan saat Covid-19 memenuhi kriteria validitas konvergen, karena nilai *outer loading* dan nilai AVE masing-masing berada diatas angka 0,7 dan 0,5.

Tabel 4.13 Nilai Outer Loading Setelah Covid-19

Variabel	Item	Loading
Kemudahan Penggunaan	KP01	0,759
	KP02	0,760
	KP03	0,779
	KP04	0,749
	KP05	0,712

Risiko	RI01	0,909
	RI02	0,957
	RI03	0,966
	RI04	0,953
Pengaruh Sosial	PS01	0,572
	PS02	0,889
	PS03	0,931
	PS04	0,631
Kepercayaan	KE01	0,706
	KE02	0,702
	KE03	0,847
	KE04	0,715
Niat Menggunakan	NM01	0,790
	NM02	0,905
	NM03	0,873
Penggunaan Nyata	PN01	0,790
	PN02	0,849
	PN03	0,804

Berdasarkan hasil pada tabel 4.13, indikator PS01 dan PS04 dengan masing-masing nilainya 0,572 dan 0,631 berada dibawah 0,7. Maka supaya bisa dikatakan valid *outer loadingnya*, dilakukan penghapusan indikator yang dibawah 0,7 kemudian melakukan pengujian ulang. Berikut merupakan pengujian ulang setelah penghapusan dua indikator tadi.

Tabel 4.14 Nilai Outer Loading Saat Covid-19 (Setelah Perbaikan)

<b>Variabel</b>	<b>Item</b>	<b>Loading</b>
Kemudahan Penggunaan	KP01	0,759
	KP02	0,760
	KP03	0,779
	KP04	0,749
	KP05	0,712
Risiko	RI01	0,909
	RI02	0,957
	RI03	0,966
	RI04	0,953
Pengaruh Sosial	PS02	0,889
	PS03	0,931
Kepercayaan	KE01	0,706
	KE02	0,702
	KE03	0,847
	KE04	0,715
Niat Menggunakan	NM01	0,790
	NM02	0,905
	NM03	0,873
Penggunaan Nyata	PN01	0,790
	PN02	0,849
	PN03	0,804

Setelah penghapusan dua indikator tadi, semua nilai outer loading sudah melebihi 0,7 sehingga dapat dinyatakan outer loading data setelah Covid-19 ini valid. Selanjutnya adalah

pengujian nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan akan valid jika nilai AVE melebihi 0,5. Berikut hasil pengujian untuk AVE.

Tabel 4.15 Hasil Pengujian AVE Setelah Covid-19

Variabel	AVE
Kemudahan Penggunaan	0,566
Risiko	0,896
Pengaruh Sosial	0,595
Kepercayaan	0,555
Niat Menggunakan	0,735
Penggunaan Nyata	0,664

Hasil pengujian AVE berdasarkan tabel 4.15 memperlihatkan nilainya melebihi 0,5 untuk semua variabel yang menunjukkan validitasnya. Hasil yang diperoleh menegaskan bahwa data yang dikumpulkan setelah Covid-19 memenuhi kriteria validitas konvergen, karena nilai *outer loading* dan nilai AVE masing-masing berada diatas angka 0,7 dan 0,5.

#### 4.2.1.2 Uji Validitas Diskriminan

Uji ini berguna menguji nilai *cross-loading* setiap konstruk dalam kaitannya dengan hubungan konstruk lainnya. Ketika nilai *cross-loading* untuk suatu konstruk melebihi korelasinya dibanding konstruk lain, serta jika *cross-loading* bernilai lebih dari 0,70, hal tersebut menandakan kriteria untuk menetapkan validitas diskriminan terpenuhi.

Tabel 4.16 Nilai Cross Loading (Sebelum Covid-19)

	<b>KP</b>	<b>RI</b>	<b>PS</b>	<b>KE</b>	<b>NM</b>	<b>PN</b>
KP01	0.839	-0.145	0.208	0.095	0.446	0.286
KP02	0.739	-0.112	0.238	0.214	0.432	0.222
KP03	0.783	-0.041	0.251	0.130	0.308	0.254
KP05	0.789	-0.349	0.424	0.212	0.385	0.106
RI01	0.030	0.831	-0.489	-0.355	-0.072	0.203
RI02	-0.132	0.916	-0.600	-0.274	-0.276	0.011
RI03	-0.197	0.957	-0.682	-0.384	-0.346	-0.020
RI04	-0.185	0.948	-0.617	-0.300	-0.256	-0.009
PS01	0.276	-0.543	0.881	0.279	0.184	0.043
PS02	0.343	-0.634	0.933	0.290	0.387	0.127
PS03	0.341	-0.682	0.963	0.339	0.481	0.111
PS04	0.212	-0.507	0.839	0.318	0.206	0.091
KE01	0.072	-0.095	0.166	0.793	0.409	0.107
KE03	0.220	-0.375	0.315	0.834	0.430	0.133
KE04	0.179	-0.353	0.329	0.857	0.344	0.170
NM01	0.318	-0.051	0.200	0.321	0.776	0.390
NM02	0.433	-0.425	0.400	0.461	0.899	0.414
NM03	0.471	-0.234	0.375	0.396	0.850	0.254
PN01	0.093	-0.019	0.125	0.051	0.288	0.759
PN02	0.148	0.152	-0.134	0.106	0.334	0.808
PN03	0.404	-0.100	0.261	0.228	0.378	0.837

Dari tabel 4.16 diatas, nilai antar variabel melebihi korelasi dengan variabel lain, sehingga menegaskan bahwa pengujian ini memenuhi kriteria untuk data sebelum Covid-19.

Tabel 4.17 Nilai Cross Loading (Saat Covid-19)

	<b>KP</b>	<b>RI</b>	<b>PS</b>	<b>KE</b>	<b>NM</b>	<b>PN</b>
KP01	0,869	0,024	0,167	0,298	0,321	0,305
KP02	0,855	0,060	0,123	0,216	0,368	0,306
KP03	0,875	0,121	0,147	0,250	0,213	0,182
KP04	0,805	0,267	-0,009	0,202	0,188	0,155
KP05	0,767	-0,175	0,307	0,276	0,195	0,228
RI01	0,087	0,832	-0,131	-0,009	0,005	0,145
RI02	0,061	0,961	-0,288	0,012	-0,104	0,010
RI03	0,056	0,972	-0,383	-0,029	-0,121	-0,032
RI04	0,103	0,927	-0,228	0,061	-0,035	0,101
PS02	0,112	-0,333	0,845	0,188	0,228	0,185
PS03	0,199	-0,402	0,923	0,266	0,361	0,363
PS04	0,096	-0,019	0,726	0,352	0,186	0,243
KE01	0,197	0,219	0,065	0,770	0,343	0,497
KE02	0,184	-0,126	0,302	0,744	0,250	0,470
KE03	0,306	-0,107	0,370	0,869	0,410	0,526
NM01	0,215	0,087	0,171	0,446	0,864	0,641
NM02	0,316	-0,262	0,382	0,354	0,911	0,544
NM03	0,349	-0,118	0,318	0,336	0,868	0,493
PN01	0,208	0,077	0,247	0,459	0,562	0,810
PN02	0,282	0,092	0,156	0,536	0,559	0,872
PN03	0,250	-0,218	0,456	0,561	0,434	0,782

Dari tabel 4.17 diatas, nilai antar variabel melebihi korelasi dengan variabel lain, sehingga menegaskan bahwa pengujian ini memenuhi kriteria untuk data saat Covid-19.

Tabel 4.18 Nilai Cross Loading (Setelah Covid-19)

	<b>KP</b>	<b>RI</b>	<b>PS</b>	<b>KE</b>	<b>NM</b>	<b>PN</b>
KP01	0,759	0,155	0,049	0,151	0,179	0,106
KP02	0,760	0,158	0,089	0,289	0,254	0,336
KP03	0,779	0,314	0,047	0,170	0,188	0,187
KP04	0,749	0,416	-0,017	0,212	0,111	0,158
KP05	0,712	-0,006	0,202	0,280	0,186	0,271
RI01	0,203	0,909	-0,242	-0,041	-0,109	0,023
RI02	0,193	0,957	-0,307	-0,071	-0,210	-0,071
RI03	0,266	0,966	-0,389	-0,081	-0,264	-0,103
RI04	0,271	0,953	-0,280	-0,049	-0,163	-0,049
PS02	0,127	-0,245	0,896	0,241	0,328	0,292
PS03	0,086	-0,359	0,956	0,260	0,496	0,330
KE01	0,281	0,155	0,067	0,706	0,302	0,343
KE02	0,181	-0,116	0,253	0,702	0,283	0,379
KE03	0,265	-0,111	0,294	0,847	0,396	0,450
KE04	0,148	-0,138	0,168	0,715	0,237	0,265
NM01	0,216	-0,008	0,301	0,350	0,789	0,536
NM02	0,180	-0,336	0,464	0,374	0,905	0,493
NM03	0,273	-0,188	0,410	0,354	0,874	0,488
PN01	0,293	0,093	0,174	0,333	0,499	0,790
PN02	0,303	-0,014	0,260	0,426	0,463	0,849
PN03	0,136	-0,251	0,397	0,450	0,472	0,804

Dari tabel 4.18 diatas, nilai antar variabel melebihi korelasi dengan variabel lain, sehingga menegaskan bahwa pengujian ini memenuhi kriteria untuk data setelah Covid-19.

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan menilai konsistensi indikator dalam pengukuran suatu konstruk. Untuk memastikan validitas dan reliabilitas

konstruk, perlu dilakukan analisis nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* dengan kedua ukuran tersebut harus melebihi 0,7.

Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas (Sebelum Covid-19)

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Composite Reliability</b>
Kemudahan Penggunaan	0,802	0,870
Risiko	0,938	0,953
Pengaruh Sosial	0,931	0,948
Kepercayaan	0,793	0,879
Niat Menggunakan	0,796	0,880
Penggunaan Nyata	0,725	0,844

Berdasarkan pada tabel 4.19 nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* pada semua variabel melampaui ambang batas sebesar 0,70. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada data uji reliabilitas sebelum Covid-19 dianggap dapat diandalkan.

Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas (Saat Covid-19)

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Composite Reliability</b>
Kemudahan Penggunaan	0,894	0,920
Risiko	0,954	0,959
Pengaruh Sosial	0,788	0,873
Kepercayaan	0,715	0,838
Niat Menggunakan	0,856	0,912
Penggunaan Nyata	0,761	0,862

Berdasarkan data pada tabel 4.20 nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha pada semua variabel melampaui ambang batas sebesar 0,70. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada data uji reliabilitas saat Covid-19 dianggap dapat diandalkan.

Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas (Setelah Covid-19)

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Composite Reliability</b>
Kemudahan Penggunaan	0,812	0,867
Risiko	0,962	0,972
Pengaruh Sosial	0,841	0,924
Kepercayaan	0,733	0,832
Niat Menggunakan	0,818	0,892
Penggunaan Nyata	0,747	0,856

Berdasarkan data pada tabel 4.21 nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha pada semua variabel melampaui ambang batas sebesar 0,70. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada data uji reliabilitas setelah Covid-19 dianggap dapat diandalkan.

### **4.3 Uji Model Struktural**

Dengan mengevaluasi kesesuaian model, nilai R-Square memberikan wawasan tentang hasil penilaian model struktural. Selanjutnya dilakukan pengujian nilai koefisien jalur untuk memastikan adanya pengaruh signifikan antar variabel. Di bawah ini adalah temuan model penelitian yang menggunakan PLS (Partial Least Squares).

Tabel 4.22 Nilai R-Square (Sebelum Covid-19)

Variabel	R-Square
Niat Menggunakan	0,420
Penggunaan Nyata	0,175

Nilai R-Square variabel niat menggunakan pada tabel 4.22 bernilai 0,420. Artinya 42% variabel niat menggunakan disebabkan oleh faktor kemudahan penggunaan, risiko, pengaruh sosial, dan kepercayaan. Sisanya sebesar 58% dapat disebabkan dari variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam lingkup penelitian ini. Begitu pula nilai R-Square variabel penggunaan nyata bernilai 0,175, artinya 17,5% variabel ini disebabkan oleh faktor niat menggunakan dan 82,5% sisanya disebabkan dari faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam lingkup penelitian ini

Tabel 4.23 Nilai R-Square (Saat Covid-19)

Variabel	R-Square
Niat Menggunakan	0,270
Penggunaan Nyata	0,406

Nilai R-Square variabel niat menggunakan pada tabel 4.23 bernilai 0,27. Artinya 27% variabel niat menggunakan disebabkan oleh faktor kemudahan penggunaan, risiko, pengaruh sosial, dan kepercayaan. Sisanya sebesar 73% dapat disebabkan dari variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam lingkup penelitian ini. Begitu pula nilai R-Square variabel penggunaan nyata bernilai

0,406, artinya 40,6% variabel ini disebabkan oleh faktor niat menggunakan dan 59,4% sisanya disebabkan dari faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam lingkup penelitian ini

Tabel 4.24 Nilai R-Square (Setelah Covid-19)

<b>Variabel</b>	<b>R-Square</b>
Niat Menggunakan	0,335
Penggunaan Nyata	0,346

Nilai R-Square variabel niat menggunakan pada tabel 4.24 bernilai 0,335. Artinya 33,5% variabel niat menggunakan disebabkan oleh faktor kemudahan penggunaan, risiko, pengaruh sosial, dan kepercayaan. Sisanya sebesar 66,5% dapat disebabkan dari variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam lingkup penelitian ini. Begitu pula nilai R-Square variabel penggunaan nyata bernilai 0,346, artinya 34,6% variabel ini disebabkan oleh faktor niat menggunakan dan 65,4% sisanya disebabkan dari faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam lingkup penelitian ini.

#### 4.4 Hasil Pengujian Hipotesis

##### Sebelum Covid-19

Tabel 4.25 Hasil Uji Hipotesis (Sebelum Covid-19)

<b>Hipotesis</b>	<b>Hubungan</b>	<b>Original Sample</b>	<b>T-Statistik</b>	<b>P-Values</b>	<b>Hasil</b>
<b>H1</b>	<b>KP -&gt; NM</b>	0,368	3,012	0,001	Diterima
<b>H2</b>	<b>RI-&gt; NM</b>	-0,024	0,335	0,369	Ditolak
<b>H3</b>	<b>PS-&gt; NM</b>	0,136	1,248	0,106	Ditolak
<b>H4</b>	<b>KE-&gt; NM</b>	0,343	2,554	0,005	Diterima
<b>H5</b>	<b>NM-&gt; PN</b>	0,625	6,079	0,000	Diterima

Sumber: Hasil olah data, 2023

##### Saat Covid-19

Tabel 4.26 Hasil Uji Hipotesis (Saat Covid-19)

<b>Hipotesis</b>	<b>Hubungan</b>	<b>Original Sample</b>	<b>T-Statistik</b>	<b>P-Values</b>	<b>Hasil</b>
<b>H1</b>	<b>KP -&gt; NM</b>	0,211	2,550	0,006	Diterima
<b>H2</b>	<b>RI-&gt; NM</b>	-0,065	0,683	0,248	Ditolak
<b>H3</b>	<b>PS-&gt; NM</b>	0,171	1,359	0,087	Ditolak
<b>H4</b>	<b>KE-&gt; NM</b>	0,316	2,217	0,014	Diterima
<b>H5</b>	<b>NM-&gt; PN</b>	0,637	7,747	0,000	Diterima

Sumber: Hasil olah data, 2023

## Setelah Covid-19

Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis (Setelah Covid-19)

Hipotesis	Hubungan	Original Sample	T-Statistik	P-Values	Hasil
H1	KP -> NM	0,174	1,989	0,024	Diterima
H2	RI-> NM	-0,130	1,584	0,057	Ditolak
H3	PS-> NM	0,324	2,148	0,016	Diterima
H4	KE-> NM	0,270	2,112	0,018	Diterima
H5	NM-> PN	0,588	5,860	0,000	Diterima

Sumber: Hasil olah data, 2023

### 4.4.1 Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online

#### - Sebelum Covid-19

Tabel 4.25 diatas menunjukkan koefisien jalur sebesar 0,368 yang berarti adanya pengaruh positif antara kemudahan penggunaan dengan niat menggunakan. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 3,012 berada di atas nilai t-tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut signifikan. Sehingga kemudahan penggunaan memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap niat menggunakan. Maka, hipotesis yang menyatakan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online diterima.

#### - Saat Covid-19

Tabel 4.26 diatas menunjukkan koefisien jalur sebesar 0,211 yang berarti adanya pengaruh positif antara kemudahan penggunaan dengan niat

menggunakan. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 2,55 berada di atas nilai t-tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut signifikan. Sehingga kemudahan penggunaan memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap niat menggunakan. Maka, hipotesis yang menyatakan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online diterima.

- **Setelah Covid-19**

Tabel 4.27 diatas menunjukkan koefisien jalur sebesar 0,174 yang berarti adanya pengaruh positif antara kemudahan penggunaan dengan niat menggunakan. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 1,989 berada di atas nilai t-tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut signifikan. Sehingga kemudahan penggunaan memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap niat menggunakan. Maka, hipotesis yang menyatakan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online diterima.

Pembahasan:

- a. Sebelum Krisis Pandemi Covid-19: Sebelum terjadinya krisis pandemi Covid-19 khususnya pada awal tahun 2020 sudah muncul beberapa aplikasi pinjaman online dengan menawarkan kemudahan bagi penggunanya mulai dari kemudahan akses karena berbentuk aplikasi yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Begitu juga untuk antar muka aplikasi, proses pendaftaran, sampai proses pencairan. Hal ini menghasilkan pengalaman pengguna yang positif dan meningkatkan

pengguna mempunyai niat untuk menggunakan aplikasi sesuai dengan temuan yang sejalan dengan Trivedi & Yadav (2018).

- b. Saat Krisis Pandemi Covid-19: Saat terjadi krisis pandemi Covid-19 jumlah aplikasi pinjaman online semakin berkembang dan semakin banyak yang membawa kemudahan untuk bisa diakses para penggunanya. Dari segi pemrosesan pinjaman dan minimnya dokumen yang dibutuhkan memudahkan bagi penggunanya. Hal ini menghasilkan pengalaman pengguna yang positif dan meningkatkan pengguna mempunyai niat untuk menggunakan aplikasi sejalan dengan Trivedi & Yadav (2018).
- c. Setelah Krisis Pandemi Covid-19: Saat berakhirnya krisis pandemi Covid-19 dimulai saat akhir tahun 2022 aplikasi pinjaman online sudah menjamur yang menyebabkan banyak aplikasi berlomba-lomba menawarkan kemudahan untuk penggunanya. Kemudahan dari mendapatkan aplikasi sampai pencairan dananya dengan waktu yang tergolong cepat. Hal ini menghasilkan pengalaman pengguna yang positif dan meningkatkan pengguna mempunyai niat untuk menggunakan aplikasi sejalan dengan Trivedi & Yadav (2018).

#### **4.4.2 Pengaruh risiko terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online**

##### **- Sebelum Covid-19**

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.25, koefisien jalur dampak risiko terhadap niat menggunakan sebesar -0,024 menunjukkan adanya pengaruh

negatif. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 0,335 berada di bawah nilai t-tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut tidak signifikan secara statistik. Sehingga risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Hasilnya, hipotesis yang menyatakan adanya hubungan positif antara risiko dan niat menggunakan aplikasi pinjaman online terbantahkan.

**- Saat Covid-19**

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.26, koefisien jalur dampak risiko terhadap niat menggunakan sebesar -0,065 menunjukkan adanya pengaruh negatif. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 0,683 berada di bawah nilai t-tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut tidak signifikan secara statistik. Sehingga risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Hasilnya, hipotesis yang menyatakan adanya hubungan positif antara risiko dan niat menggunakan aplikasi pinjaman online terbantahkan.

**- Setelah Covid-19**

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.27, koefisien jalur dampak risiko terhadap niat menggunakan sebesar -0,0130 menunjukkan adanya pengaruh negatif. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 1,584 berada di bawah nilai t-tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut tidak signifikan secara statistik. Sehingga risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Hasilnya, hipotesis yang menyatakan adanya hubungan positif antara risiko dan niat menggunakan aplikasi pinjaman online terbantahkan.

Pembahasan:

- a. Sebelum Krisis Pandemi Covid-19: Pada masa sebelum krisis pandemi Covid-19 pengguna pinjaman online ini memiliki preferensi yang rendah terkait risiko meminjam dana dari layanan aplikasi. Risiko yang terjadi biasanya adalah bunga yang tinggi, adanya pembebanan layanan sampai 5%, dan tenor waktu pelunasan yang relatif singkat yaitu maksimal 12 bulan. Hal itu berdampak dalam menurunkan niat untuk menggunakan aplikasi pinjaman online. Ryu (2018) juga menuturkan persepsi risiko ditemukan berhubungan negatif dengan niat menggunakan aplikasi finansial teknologi.
- b. Saat Krisis Pandemi Covid-19: Sama halnya dengan sebelum krisis pandemi Covid-19 dimana risiko tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online karena bunga yang masih relatif tinggi dikarenakan permintaan yang semakin banyak ditambah terjadi krisis ekonomi dampak dari pandemi. Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) mematok besaran bunga pinjaman online sebesar 0,4% per hari, sehingga perbulannya bisa sekitar 12%-15% (AFPI, 2022). Hal ini berdampak menurunkan niat untuk menggunakan aplikasi pinjaman online. Ryu (2018) juga menuturkan persepsi risiko ditemukan berhubungan negatif dengan niat menggunakan aplikasi finansial teknologi.
- c. Setelah Krisis Pandemi Covid-19: Setelah krisis pandemi Covid-19 berakhir di Indonesia, suku bunga pinjaman online masih berada pada

angka 0,4% per hari yang tergolong tinggi bagi kebanyakan pengguna. Tenor waktu pelunasan juga masih sama dimana relatif singkat maksimal sampai 12 bulan, jadi semakin lama tenor pelunasan maka semakin besar bunga yang dibebankan. Hal ini berdampak dalam menurunkan niat untuk menggunakan aplikasi pinjaman online. Menurut Ryu (2018) juga menuturkan persepsi risiko ditemukan berhubungan negatif dengan niat menggunakan aplikasi finansial teknologi.

#### **4.4.3 Pengaruh sosial terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online**

##### **- Sebelum Covid-19**

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.25, koefisien jalur dampak pengaruh sosial terhadap niat menggunakan sebesar 0,136 menunjukkan adanya pengaruh positif. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 1,248 berada di bawah nilai t-tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut tidak signifikan secara statistik. Sehingga pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Hasilnya, hipotesis yang menyebutkan korelasi positif antara pengaruh sosial dan niat menggunakan aplikasi pinjaman online terbantahkan.

##### **- Saat Covid-19**

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.26, koefisien jalur dampak pengaruh sosial terhadap niat menggunakan sebesar 0,171 menunjukkan adanya pengaruh positif. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 1,359 berada di bawah nilai t-

tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut tidak signifikan. Sehingga pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Hasilnya, hipotesis yang menyebutkan korelasi positif antara pengaruh sosial dan niat menggunakan aplikasi pinjaman online terbantahkan.

**- Setelah Covid-19**

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.27, koefisien jalur dampak pengaruh sosial terhadap niat menggunakan sebesar 0,324 menunjukkan adanya pengaruh positif. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 2,148 berada di atas nilai t-tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut signifikan. Sehingga pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Hasilnya, hipotesis yang menyebutkan korelasi positif antara pengaruh sosial dan niat menggunakan aplikasi pinjaman online diterima.

**Pembahasan:**

- a. Sebelum Krisis Pandemi Covid-19: Sebelum terjadinya krisis pandemi Covid-19 pengaruh dari sosial media untuk produk pinjaman online belum begitu ramai, sehingga masih tergolong belum banyak peminatnya. Terlebih pengaruh sosial dari keluarga dan lingkungan terdekat tidak signifikan terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online. Hal ini dibuktikan dengan masih minimnya informasi dan edukasi terkait pinjaman online pada sebelum krisis pandemi Covid-19 khususnya saat Januari 2020 sampai Maret 2020. Selaras seperti yang

ditemukan oleh Singh & Srivastava (2018) jika pengaruh sosial tidak ada pengaruh untuk niat menggunakan mobile banking di India.

- b. Saat Krisis Pandemi Covid-19: Begitu juga saat terjadinya pandemi, walaupun pinjaman online sudah mulai banyak yang bermunculan namun masyarakat tidak mudah terpengaruh dari orang lain. Minat mereka dalam menggunakan aplikasi pinjaman online tidak terpengaruh dari sosial media ataupun orang terdekat, karena masih minimnya informasi tentang pinjaman online sama seperti sebelum pandemi Covid-19. Studi ini selaras seperti yang ditemukan oleh Singh & Srivastava (2018) jika pengaruh sosial tidak ada pengaruh untuk niat menggunakan mobile banking di India.
- c. Setelah Krisis Pandemi Covid-19: Akan tetapi pasca krisis pandemi Covid-19 selesai, pengaruh sosial media dalam mengiklankan aplikasi pinjaman online sangat kuat yang menyebabkan niat untuk menggunakan aplikasi pinjaman online dari konsumen naik signifikan. Pada saat berakhirnya krisis pandemi Covid-19 dimulai akhir tahun 2022, informasi dan edukasi mengenai pinjaman online sudah sangat banyak digaungkan di media sosial, sehingga lingkungan sosial terdekat terpengaruh terhadap hal tersebut. Hal ini selaras dengan Park et al (2019) yang mengatakan pengaruh sosial berpengaruh pada niat mengadopsi layanan pembayaran seluler.

#### **4.4.4 Pengaruh kepercayaan terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online**

##### **- Sebelum Covid-19**

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.25, koefisien jalur dampak kepercayaan terhadap niat menggunakan sebesar 0,343 menunjukkan adanya pengaruh positif. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 2,554 berada di atas nilai t-tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut signifikan. Sehingga kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Hasilnya, hipotesis yang menyatakan adanya hubungan positif antara kepercayaan dan niat menggunakan aplikasi pinjaman online diterima.

##### **- Saat Covid-19**

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.26, koefisien jalur dampak kepercayaan terhadap niat menggunakan sebesar 0,316 menunjukkan adanya pengaruh positif. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 2,217 berada di atas nilai t-tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut signifikan. Sehingga kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Hasilnya, hipotesis yang menyatakan adanya hubungan positif antara kepercayaan dan niat menggunakan aplikasi pinjaman online diterima.

##### **- Setelah Covid-19**

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.27, koefisien jalur dampak kepercayaan terhadap niat menggunakan sebesar 0,270 menunjukkan adanya pengaruh positif. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 2,112 berada di atas nilai t-

tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut signifikan. Sehingga kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Hasilnya, hipotesis yang menyatakan adanya hubungan positif antara kepercayaan dan niat menggunakan aplikasi pinjaman online diterima.

Pembahasan:

- a. Sebelum Krisis Pandemi Covid-19: Penelitian ini memilih sampel aplikasi pinjaman online yang legal terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan sehingga mempengaruhi kepercayaan terhadap penyedia jasanya. Sebelum krisis pandemi Covid-19 OJK telah memfilter daftar aplikasi pinjaman online yang resmi sehingga dapat memberikan keamanan bagi penggunanya serta memberikan jaminan dan akuntabilitas dalam hal keamanan. Sejalan dengan Chawla & Joshi (2020) yang menuturkan bahwa kepercayaan mempengaruhi niat menggunakan dompet digital.
- b. Saat Krisis Pandemi Covid-19: Begitu juga saat krisis pandemi Covid-19 dimana keamanan pengguna dijamin oleh OJK. Aplikasi pinjaman online terdaftar ini bertanggung jawab penuh atas layanan yang mereka berikan, memastikan pengalaman yang aman dan andal bagi peminjam jaminan berupa data privasi pengguna, suku bunga yang transparan, tersertifikasi kepengurusannya, dan perizinan yang jelas. Penelitian dari Chawla & Joshi (2020) menuturkan bahwa kepercayaan mempengaruhi niat menggunakan dompet digital.

- c. Setelah Krisis Pandemi Covid-19: Sama halnya waktu sebelum dan saat terjadi krisis pandemi Covid-19, jaminan pengguna dari OJK terhadap pengguna yang menggunakan aplikasi pinjaman online legal mempengaruhi minat pengguna untuk menggunakan aplikasi pinjaman online setelah krisis pandemi Covid-19. Hal ini dapat dibuktikan berupa tanggung jawab atas izin yang diberikan, jaminan berupa data privasi pengguna, suku bunga transparan, tersertifikasi kepengurusannya, dan perizinan yang jelas. Sejalan dengan Chawla & Joshi (2020) yang menuturkan bahwa kepercayaan mempengaruhi niat menggunakan dompet digital.

#### **4.4.5 Pengaruh niat menggunakan terhadap penggunaan nyata aplikasi pinjaman online**

##### **- Sebelum Covid-19**

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.25, koefisien jalur niat menggunakan terhadap penggunaan nyata sebesar 0,625 menunjukkan adanya pengaruh positif. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 6,079 berada di atas nilai t-tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut signifikan. Sehingga niat menggunakan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan nyata. Hasilnya, hipotesis yang menyatakan adanya hubungan positif antara niat menggunakan dan penggunaan nyata aplikasi pinjaman online diterima.

- **Saat Covid-19**

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.26, koefisien jalur niat menggunakan terhadap penggunaan nyata sebesar 0,637 menunjukkan adanya pengaruh positif. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 7,747 berada di atas nilai t-tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut signifikan. Sehingga niat menggunakan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan nyata. Hasilnya, hipotesis yang menyatakan adanya hubungan positif antara niat menggunakan dan penggunaan nyata aplikasi pinjaman online diterima.

- **Setelah Covid-19**

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.27, koefisien jalur niat menggunakan terhadap penggunaan nyata sebesar 0,5888 menunjukkan adanya pengaruh positif. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 5,860 berada di atas nilai t-tabel yaitu 1,96, artinya adalah temuan tersebut signifikan. Sehingga niat menggunakan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan nyata. Hasilnya, hipotesis yang menyatakan adanya hubungan positif antara niat menggunakan dan penggunaan nyata aplikasi pinjaman online diterima.

- a. Sebelum Krisis Pandemi Covid-19: Sebelum terjadi krisis pandemi Covid-19 khususnya pada Januari 2020 sampai Maret 2020 pengguna menggunakan aplikasi pinjaman online karena adanya keinginan individu untuk memanfaatkan suatu produk pinjaman online di waktu selanjutnya. Hasil ini sependapat dengan Kurniasih et al., (2020) dimana ia mengidentifikasi adanya dampak positif dan signifikan

secara statistik dari niat menggunakan terhadap penggunaan sebenarnya.

- b. Saat Krisis Pandemi Covid-19: Sama halnya waktu sebelum krisis pandemi Covid-19, saat terjadi krisis pandemi Covid-19 individu yang menggunakan aplikasi pinjaman online sebagian besar untuk merespon adanya krisis ekonomi di saat itu dengan banyaknya pekerjaan yang hilang atau bisnis yang tidak jalan sehingga membutuhkan dana untuk kebutuhan sehari harinya. Mengacu pada Kurniasih et al., (2020) dimana ia mengidentifikasi adanya dampak positif dan signifikan secara statistik dari niat menggunakan terhadap penggunaan sebenarnya.
- c. Setelah Krisis Pandemi Covid-19: Selesai krisis pandemi Covid-19 di mulai dari akhir tahun 2022 pengguna yang menggunakan aplikasi pinjaman online sebagian besar masih digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari harinya karena dampak dari krisis pandemi Covid-19 tergolong cukup lama untuk sebagian orang yang kehilangan pekerjaannya atau pengurangan secara drastis dari usahanya. Sehingga niat menggunakan berpengaruh terhadap penggunaan nyata aplikasi pinjaman online setelah krisis pandemi Covid-19. Hasil ini sependapat dengan Kurniasih et al., (2020) dimana ia mengidentifikasi adanya dampak positif dan signifikan secara statistik dari niat menggunakan terhadap penggunaan sebenarnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Uraian diatas telah diulas faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi pinjaman online baik sebelum, saat, maupun sesudah krisis pandemi Covid-19. Dari analisis tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Variabel kemudahan penggunaan secara konsisten mempunyai pengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online pada sebelum krisis pandemi Covid-19, saat krisis pandemi Covid-19, dan setelah krisis pandemi Covid-19. Kemudahan penggunaan mengacu pada kesederhanaan dan efisiensi pengoperasian aplikasi pinjaman online.
- b. Variabel risiko secara konsisten tidak mempunyai pengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online pada sebelum krisis pandemi Covid-19, saat krisis pandemi Covid-19, dan setelah krisis pandemi Covid-19. Kejadian ini menggambarkan pengguna tidak mengukur atau belum siap menerima risiko finansial yang akan diterimanya, yang berdampak dalam menurunkan niat untuk menggunakan aplikasi pinjaman online.
- c. Variabel pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online pada sebelum krisis pandemi Covid-19 dan saat krisis pandemi Covid-19. Namun pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online

setelah krisis pandemi Covid-19. Pengaruh sosial masih tergolong minim terutama sosial media dan lingkungan sekitar terhadap niat untuk menggunakan aplikasi pinjaman online di masa sebelum dan saat krisis pandemi Covid-19 sehingga tidak berpengaruh. Berbeda ketika setelah krisis pandemi Covid-19 dimana niat menggunakan aplikasi pinjaman online dipengaruhi oleh pengaruh sosial karena pengguna internet dan pengguna *fintech* semakin meningkat.

- d. Variabel kepercayaan secara konsisten mempunyai pengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online pada sebelum krisis pandemi Covid-19, saat krisis pandemi Covid-19, dan setelah krisis pandemi Covid-19. Kepercayaan disini terjaminnya privasi dan keamanan data sehingga menumbuhkan rasa percaya diri dalam memanfaatkan produk pinjaman online.
- e. Variabel niat menggunakan secara konsisten mempunyai pengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman online pada sebelum krisis pandemi Covid-19, saat krisis pandemi Covid-19, dan setelah krisis pandemi Covid-19. Karena adanya keinginan menggunakan produk pinjaman dana untuk kebutuhan ekonomi.

## **5.2 Implikasi Penelitian**

### **1. Implikasi Teoritis**

Penelitian ini menghasilkan temuan untuk memberikan pengetahuan tentang faktor kemudahan penggunaan, risiko, pengaruh sosial, kepercayaan, dan UTAUT dengan memadukan teori tentang pendanaan. Peneliti mengharapkan

banyak penelitian di masa yang akan datang yang membahas perpaduan aspek teknologi dan non-teknologi seperti aspek sosial atau psikologi. Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi pengaruh sosial dan faktor risiko yang saat ini mungkin tidak memengaruhi niat penggunaan namun dapat untuk dikembangkan sesuai dengan perubahan zaman.

## 2. Implikasi Praktis

Penelitian ini dapat membantu pengembang aplikasi pinjaman online untuk bisa mendalami faktor apa saja yang dapat menarik niat seseorang dalam menggunakan aplikasinya. Dengan demikian, pengembang dapat melakukan modifikasi dan penyempurnaan pada aplikasi mereka dengan tujuan meningkatkan pengalaman para pengguna dan meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan aplikasi pinjaman online. Penyedia jasa dapat memberikan penekanan lebih pada aspek manajemen risiko. Perusahaan dapat mengimplementasikan strategi manajemen risiko yang lebih efektif. Hal ini dapat melibatkan penilaian risiko yang lebih komprehensif terhadap peningkatan upaya dalam meminimalisir risiko penipuan atau pembayaran yang gagal.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Temuan ini memiliki batasan tertentu yang mempengaruhi validitasnya, termasuk:

1. Variabel yang ada di penelitian ini hanya terdapat 5 macam yang mempengaruhi niat menggunakan aplikasi pinjaman online yaitu kemudahan penggunaan, risiko, pengaruh sosial, dan kepercayaan.

Masih banyak kemungkinan faktor-faktor lain yang mempunyai pengaruh besar dalam penggunaan aplikasi pinjaman online

2. Jumlah responden dalam penelitian ini masih tergolong sedikit mengingat jumlah pengguna aplikasi pinjaman online sangat banyak.
3. Cara pengumpulan data di dalam penelitian ini melalui penyebaran survei Google Forms dimana cara ini memiliki kelemahan yaitu sikap responden mungkin tidak jujur dalam menjawab pertanyaan.
4. Penelitian ini menyoroti tentang situasi krisis saat pandemi Covid-19, krisis tidak hanya terjadi pada konteks pandemi bisa situasi krisis apa saja sehingga adaptasi konsumen terhadap teknologi bisa berubah.

#### **5.4 Saran Penelitian**

Mengingat keterbatasan yang telah diuraikan pada penelitian sebelumnya, maka rekomendasi untuk peneliti berikutnya adalah:

1. Dalam penelitian yang akan datang, dapat menambahkan variabel non-teknologi yang mempengaruhi niat dan penggunaan aplikasi pinjaman online.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjangkau sampel yang lebih spesifik sehingga secara lebih detail menggambarkan penggunaan aplikasi pinjaman online.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat untuk menggabungkan teknik pengumpulan data tambahan di luar kuesioner supaya mendapatkan hasil yang objektif dan akurat.

4. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa memuat tentang isu terbaru selain dari krisis pandemi Covid-19.

## DAFTAR PUSTAKA

- AFPI. (2022). Penetapan Batas Maksimal Biaya Layanan Fintech. Retrieved from <https://afpi.or.id/detailsnews/penetapan-batas-maksimal-biaya-layanan-fintech-lending-sebagai-komitmen-perlindungan-konsumen>
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health, 26*, 1113–1127.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin, 82*, 261–277. <https://doi.org/10.1037/h0076477>
- Alber, N., & Dabour, M. (2020). The Dynamic Relationship between FinTech and Social Distancing under COVID-19 Pandemic: Digital Payments Evidence. *International Journal of Economics and Finance, 12*(11), 109. <https://doi.org/10.5539/ijef.v12n11p109>
- APJII. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen, 2*(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Ather, A., Patel, B., Ruparel, N. B., Diogenes, A., & Hargreaves, K. M. (2020). Coronavirus Disease 19 (COVID-19): Implications for Clinical Dental Care. *Journal of Endodontics, 46*(5), 584–595. <https://doi.org/10.1016/j.joen.2020.03.008>
- Bachmann, Alexander; Becker, Alexander; Bürckner, Daniel; Hilker, Michel; Kock, Frank; Lehmann, Mark; Tiburtius, Phillip; Funk, B. (2011). Online Peer-to-Peer Lending : A Literature Review. *Journal of Internet Banking and Commerce, 16*(2), 1–18. Retrieved from <http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>
- Barry, M., & Jan, M. T. (2018). Factors Influencing the Use of M-Commerce: An Extended Technology Acceptance Model Perspective. *International Journal of Economics, Management and Accounting, 26*(1 SE-Articles), 157–183. Retrieved from <https://journals.iium.edu.my/enmjjournal/index.php/enmj/article/view/502>
- Bartik, A., Cullen, Z., Bertrand, M., Glaeser, E. L., Luca, M., & Stanton, C. (2020). How Are Small Businesses Adjusting to COVID-19? Early Evidence From a Survey. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3570896>
- Beaunoyer, E., Dupéré, S., & Guitton, M. J. (2020). COVID-19 and digital inequalities: Reciprocal impacts and mitigation strategies. *Computers in Human Behavior, 111*, 106424. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106424>

- Bedianashvili, G. (2021). Macroeconomic and cultural determinants of the covid-19 pandemic crisis. *Bulletin of the Georgian National Academy of Sciences*, 15(2), 191–197.
- Chatterjee, D., & Bolar, K. (2019). Determinants of Mobile Wallet Intentions to Use: The Mental Cost Perspective. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 35(10), 859–869.  
<https://doi.org/10.1080/10447318.2018.1505697>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2020). The moderating role of gender and age in the adoption of mobile wallet. *Foresight*, 22(4), 483–504.  
<https://doi.org/10.1108/FS-11-2019-0094>
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100574. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.  
<https://doi.org/10.2307/249008>
- Elliott, K. M., & Shin, D. (2002). Student Satisfaction: An alternative approach to assessing this important concept. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 24(2), 197–209.  
<https://doi.org/10.1080/1360080022000013518>
- Gerlach, J. M., & Lutz, J. K. T. (2019). Evidence on Usage Behavior and Future Adoption Intention of Fintechs and Digital Finance Solutions. *The International Journal of Business and Finance Research*, 13(2), 83–105.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th Editio). Upper Saddle River: Pearson Education.
- 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>
- Han, L., Xiao, J. J., & Su, Z. (2019). Financing knowledge, risk attitude and P2P borrowing in China. *International Journal of Consumer Studies*, 43(2), 166–177. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12494>
- Higgins, S., Gianinazzi, V., Goldsmith-pinkham, P., Gonzalez-navarro, M., Handel, B., Hunt, B., ... Sadoulet, B. (2020). *Financial Technology Adoption*.
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry*, 11(3).  
<https://doi.org/10.3390/sym11030340>

- Kim, Y., Park, Y.-J., Choi, J., & Yeon, J. (2015). *An Empirical Study on the Adoption of "Fintech" Service: Focused on Mobile Payment Services*. 114(Business), 136–140. <https://doi.org/10.14257/astl.2015.114.26>
- Kurniasih, A., Santoso, A. K., Riana, D., Kadafi, A. R., Dari, W., & Husin, A. I. (2020). TAM Method and Acceptance of COVID-19 Website Users in Indonesia. *Journal of Physics: Conference Series*, 1641(1), 12020. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1641/1/012020>
- Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.09.003>
- Lee, S. (2017). Evaluation of mobile application in user's perspective: Case of P2P lending apps in FinTech industry. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 11(2), 1105–1115. <https://doi.org/10.3837/tiis.2017.02.027>
- Leong, K. (2018). FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way? *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9(2), 74–78. <https://doi.org/10.18178/ijimt.2018.9.2.791>
- Liébana-Cabanillas, F., Higuera-Castillo, E., Molinillo, S., & Montañez, M. R. (2018). Assessing the role of risk and trust in consumers' adoption of online payment systems. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC)*, 5(2), 99–113. Retrieved from <http://uajournals.com/ojs/index.php/ijisebc/article/view/407/297>
- Lin, M., Prabhala, N. R., & Viswanathan, S. (2012). Judging Borrowers by the Company They Keep: Friendship Networks and Information Asymmetry in Online Peer-to-Peer Lending. *Management Science*, 59(1), 17–35. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1120.1560>
- McKibbin, W. J., & Fernando, R. (2020). The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3547729>
- Meyliana ;Fernando, E. ; S. (2019). The Influence of Perceived Risk and Trust in Adoption of FinTech Services in Indonesia. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal.*, 13(1), 31–37.
- Mushi, R., Jafari, S., & Ennis, A. (2018). *Measuring Mobile Phone Technology Adoption in SMEs: Analysis of Metrics*. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5201-7.ch072>
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., ... Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International Journal of Surgery (London, England)*, 78, 185–193. <https://doi.org/10.1016/j.ijvsu.2020.04.018>

- OJK. (2023). Penyelenggara Fintech Lending Berizin di OJK per 9 Maret 2023. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/Pages/Penyelenggara-Fintech-Lending-Berizin-di-OJK-per-22-April-2022.aspx>
- Pal, R., & Bhadada, S. K. (2020). Cash, currency and COVID-19. *Postgraduate Medical Journal*, 96(1137), 427 LP-428. <https://doi.org/10.1136/postgradmedj-2020-138006>
- Park, J. K., Ahn, J., Thavisay, T., & Ren, T. (2019). Examining the role of anxiety and social influence in multi-benefits of mobile payment service. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47(September 2018), 140–149. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.11.015>
- Patel, K. J., & Patel, H. J. (2018). Adoption of internet banking services in Gujarat. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 147–169. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2016-0104>
- Peter, J. P., & Ryan, M. J. (1976). An Investigation of Perceived Risk at the Brand Level. *Journal of Marketing Research*, 13(2), 184–188. <https://doi.org/10.2307/3150856>
- Popkova, E., DeLo, P., & Sergi, B. S. (2021). Corporate Social Responsibility Amid Social Distancing During the COVID-19 Crisis: BRICS vs. OECD Countries. *Research in International Business and Finance*, 55, 101315. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101315>
- Revathy, C., & Balaji, P. (2020). Determinants of behavioural intention on e-wallet usage: an empirical examination in amid COVID-19 lockdown period. *International Journal of Management (IJM)*, 11(6), 92–104. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.6.2020.008>
- Ryu, H.-S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: the moderating effect of user type. *Industrial Management & Data Systems*, 118(3), 541–569. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2017-0325>
- Sahay, R., Allmen, Ulric Eriksson von Lahreche, A., Khera, P., Ogawa, S., Bazarbash, M., & Beaton, K. (2020). The Promise of Fintech; Financial Inclusion in the Post COVID-19 Era. In *IMF Departmental Papers / Policy Papers from International Monetary Fund*. Retrieved from [https://econpapers.repec.org/paper/imfimdps/2020\\_2f009.htm%0D](https://econpapers.repec.org/paper/imfimdps/2020_2f009.htm%0D)
- Shao, Z., & Zhang, L. (2018). *Trust Building in the Mobile Payment Platform*. *BT - 22nd Pacific Asia Conference on Information Systems, PACIS 2018, Yokohama, Japan, June 26-30, 2018* (p. 5). p. 5. Retrieved from <https://aisel.aisnet.org/pacis2018/5>
- Shin, D.-H. (2013). User experience in social commerce: in friends we trust. *Behaviour & Information Technology*, 32(1), 52–67. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2012.692167>

- Simanjuntak, M., Safari, A., & Anggraini, A. M. T. (2022). Perlindungan Konsumen Terhadap Jeratan Pinjaman Online Di Masa Pandemi Covid-19. *Policy Brief Pertanian, Kelautan Dan Biosains Tropika*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.29244/agro-maritim.v4.i1.13>
- Singh, S., & Srivastava, R. K. (2018). Predicting the intention to use mobile banking in India. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 357–378. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2016-0186>
- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust. *Psychology & Marketing*, 32(8), 860–873. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/mar.20823>
- Snelbecker, G. E., Roszkowski, M. J., & Cutler, N. E. (1990). Investors' risk tolerance and return aspirations, and financial advisors' interpretations: A conceptual model and exploratory data. *Journal of Behavioral Economics*, 19(4), 377–393. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0090-5720\(90\)90024-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0090-5720(90)90024-2)
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2018). Predicting online repurchase intentions with e-satisfaction as mediator: a study on Gen Y. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(3), 427–447. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-10-2017-0066>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425–478.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26, 1113–1127.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin*, 82, 261–277. <https://doi.org/10.1037/h0076477>
- Alber, N., & Dabour, M. (2020). The Dynamic Relationship between FinTech and Social Distancing under COVID-19 Pandemic: Digital Payments Evidence. *International Journal of Economics and Finance*, 12(11), 109. <https://doi.org/10.5539/ijef.v12n11p109>
- APJII. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>

- Ather, A., Patel, B., Ruparel, N. B., Diogenes, A., & Hargreaves, K. M. (2020). Coronavirus Disease 19 (COVID-19): Implications for Clinical Dental Care. *Journal of Endodontics*, *46*(5), 584–595. <https://doi.org/10.1016/j.joen.2020.03.008>
- Bachmann, Alexander; Becker, Alexander; Bürckner, Daniel; Hilker, Michel; Kock, Frank; Lehmann, Mark; Tiburtius, Phillip; Funk, B. (2011). Online Peer-to-Peer Lending : A Literature Review. *Journal of Internet Banking and Commerce*, *16*(2), 1–18. Retrieved from <http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>
- Barry, M., & Jan, M. T. (2018). Factors Influencing the Use of M-Commerce: An Extended Technology Acceptance Model Perspective. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, *26*(1 SE-Articles), 157–183. Retrieved from <https://journals.iium.edu.my/enmjjournal/index.php/enmj/article/view/502>
- Bartik, A., Cullen, Z., Bertrand, M., Glaeser, E. L., Luca, M., & Stanton, C. (2020). How Are Small Businesses Adjusting to COVID-19? Early Evidence From a Survey. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3570896>
- Beaunoyer, E., Dupéré, S., & Guitton, M. J. (2020). COVID-19 and digital inequalities: Reciprocal impacts and mitigation strategies. *Computers in Human Behavior*, *111*, 106424. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106424>
- Bedianashvili, G. (2021). Macroeconomic and cultural determinants of the covid-19 pandemic crisis. *Bulletin of the Georgian National Academy of Sciences*, *15*(2), 191–197.
- Chatterjee, D., & Bolar, K. (2019). Determinants of Mobile Wallet Intentions to Use: The Mental Cost Perspective. *International Journal of Human-Computer Interaction*, *35*(10), 859–869. <https://doi.org/10.1080/10447318.2018.1505697>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2020). The moderating role of gender and age in the adoption of mobile wallet. *Foresight*, *22*(4), 483–504. <https://doi.org/10.1108/FS-11-2019-0094>
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, *32*, 100574. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Elliott, K. M., & Shin, D. (2002). Student Satisfaction: An alternative approach to

- assessing this important concept. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 24(2), 197–209.  
<https://doi.org/10.1080/1360080022000013518>
- Gerlach, J. M., & Lutz, J. K. T. (2019). Evidence on Usage Behavior and Future Adoption Intention of Fintechs and Digital Finance Solutions. *The International Journal of Business and Finance Research*, 13(2), 83–105.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th Editio). Upper Saddle River: Pearson Education.
- 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>
- Han, L., Xiao, J. J., & Su, Z. (2019). Financing knowledge, risk attitude and P2P borrowing in China. *International Journal of Consumer Studies*, 43(2), 166–177. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12494>
- Higgins, S., Gianinazzi, V., Goldsmith-pinkham, P., Gonzalez-navarro, M., Handel, B., Hunt, B., ... Sadoulet, B. (2020). *Financial Technology Adoption*.
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry*, 11(3).  
<https://doi.org/10.3390/sym11030340>
- Kim, Y., Park, Y.-J., Choi, J., & Yeon, J. (2015). *An Empirical Study on the Adoption of “Fintech” Service: Focused on Mobile Payment Services*. 114(Business), 136–140. <https://doi.org/10.14257/astl.2015.114.26>
- Kurniasih, A., Santoso, A. K., Riana, D., Kadafi, A. R., Dari, W., & Husin, A. I. (2020). TAM Method and Acceptance of COVID-19 Website Users in Indonesia. *Journal of Physics: Conference Series*, 1641(1), 12020.  
<https://doi.org/10.1088/1742-6596/1641/1/012020>
- Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35–46.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.09.003>
- Lee, S. (2017). Evaluation of mobile application in user’s perspective: Case of P2P lending apps in FinTech industry. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 11(2), 1105–1115.  
<https://doi.org/10.3837/tiis.2017.02.027>
- Leong, K. (2018). FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way? *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9(2), 74–78.  
<https://doi.org/10.18178/ijimt.2018.9.2.791>

- Liébana-Cabanillas, F., Higuera-Castillo, E., Molinillo, S., & Montañez, M. R. (2018). Assessing the role of risk and trust in consumers' adoption of online payment systems. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC)*, 5(2), 99–113. Retrieved from <http://uajournals.com/ojs/index.php/ijisebc/article/view/407/297>
- Lin, M., Prabhala, N. R., & Viswanathan, S. (2012). Judging Borrowers by the Company They Keep: Friendship Networks and Information Asymmetry in Online Peer-to-Peer Lending. *Management Science*, 59(1), 17–35. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1120.1560>
- McKibbin, W. J., & Fernando, R. (2020). The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3547729>
- Meyliana ;Fernando, E. ; S. (2019). The Influence of Perceived Risk and Trust in Adoption of FinTech Services in Indonesia. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal.*, 13(1), 31–37.
- Mushi, R., Jafari, S., & Ennis, A. (2018). *Measuring Mobile Phone Technology Adoption in SMEs: Analysis of Metrics*. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5201-7.ch072>
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., ... Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International Journal of Surgery (London, England)*, 78, 185–193. <https://doi.org/10.1016/j.ijssu.2020.04.018>
- OJK. (2023). Penyelenggara Fintech Lending Berizin di OJK per 9 Maret 2023. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/Pages/Penyelenggara-Fintech-Lending-Berizin-di-OJK-per-22-April-2022.aspx>
- Pal, R., & Bhadada, S. K. (2020). Cash, currency and COVID-19. *Postgraduate Medical Journal*, 96(1137), 427 LP-428. <https://doi.org/10.1136/postgradmedj-2020-138006>
- Park, J. K., Ahn, J., Thavisay, T., & Ren, T. (2019). Examining the role of anxiety and social influence in multi-benefits of mobile payment service. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47(September 2018), 140–149. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.11.015>
- Patel, K. J., & Patel, H. J. (2018). Adoption of internet banking services in Gujarat. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 147–169. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2016-0104>
- Peter, J. P., & Ryan, M. J. (1976). An Investigation of Perceived Risk at the Brand Level. *Journal of Marketing Research*, 13(2), 184–188. <https://doi.org/10.2307/3150856>
- Popkova, E., DeLo, P., & Sergi, B. S. (2021). Corporate Social Responsibility

- Amid Social Distancing During the COVID-19 Crisis: BRICS vs. OECD Countries. *Research in International Business and Finance*, 55, 101315. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101315>
- Revathy, C., & Balaji, P. (2020). Determinants of behavioural intention on e-wallet usage: an empirical examination in amid COVID-19 lockdown period. *International Journal of Management (IJM)*, 11(6), 92–104. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.6.2020.008>
- Ryu, H.-S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: the moderating effect of user type. *Industrial Management & Data Systems*, 118(3), 541–569. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2017-0325>
- Sahay, R., Allmen, Ulric Eriksson von Lahreche, A., Khera, P., Ogawa, S., Bazarbash, M., & Beaton, K. (2020). The Promise of Fintech; Financial Inclusion in the Post COVID-19 Era. In *IMF Departmental Papers / Policy Papers from International Monetary Fund*. Retrieved from [https://econpapers.repec.org/paper/imfimfdps/2020\\_2f009.htm%0D](https://econpapers.repec.org/paper/imfimfdps/2020_2f009.htm%0D)
- Shao, Z., & Zhang, L. (2018). *Trust Building in the Mobile Payment Platform*. *BT - 22nd Pacific Asia Conference on Information Systems, PACIS 2018, Yokohama, Japan, June 26-30, 2018* (p. 5). p. 5. Retrieved from <https://aisel.aisnet.org/pacis2018/5>
- Shin, D.-H. (2013). User experience in social commerce: in friends we trust. *Behaviour & Information Technology*, 32(1), 52–67. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2012.692167>
- Simanjuntak, M., Safari, A., & Anggraini, A. M. T. (2022). Perlindungan Konsumen Terhadap Jeratan Pinjaman Online Di Masa Pandemi Covid-19. *Policy Brief Pertanian, Kelautan Dan Biosains Tropika*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.29244/agro-maritim.v4.i1.13>
- Singh, S., & Srivastava, R. K. (2018). Predicting the intention to use mobile banking in India. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 357–378. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2016-0186>
- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust. *Psychology & Marketing*, 32(8), 860–873. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/mar.20823>
- Snelbecker, G. E., Roszkowski, M. J., & Cutler, N. E. (1990). Investors' risk tolerance and return aspirations, and financial advisors' interpretations: A conceptual model and exploratory data. *Journal of Behavioral Economics*, 19(4), 377–393. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0090-5720\(90\)90024-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0090-5720(90)90024-2)
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2018). Predicting online repurchase intentions with

e-satisfaction as mediator: a study on Gen Y. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(3), 427–447.  
<https://doi.org/10.1108/VJKMS-10-2017-0066>

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425–478.

Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26, 1113–1127.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin*, 82, 261–277. <https://doi.org/10.1037/h0076477>

Alber, N., & Dabour, M. (2020). The Dynamic Relationship between FinTech and Social Distancing under COVID-19 Pandemic: Digital Payments Evidence. *International Journal of Economics and Finance*, 12(11), 109.  
<https://doi.org/10.5539/ijef.v12n11p109>

APJII. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*.

Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>

Ather, A., Patel, B., Ruparel, N. B., Diogenes, A., & Hargreaves, K. M. (2020). Coronavirus Disease 19 (COVID-19): Implications for Clinical Dental Care. *Journal of Endodontics*, 46(5), 584–595.  
<https://doi.org/10.1016/j.joen.2020.03.008>

Bachmann, Alexander; Becker, Alexander; Bürckner, Daniel; Hilker, Michel; Kock, Frank; Lehmann, Mark; Tiburtius, Phillip; Funk, B. (2011). Online Peer-to-Peer Lending : A Literature Review. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 16(2), 1–18. Retrieved from  
<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>

Barry, M., & Jan, M. T. (2018). Factors Influencing the Use of M-Commerce: An Extended Technology Acceptance Model Perspective. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 26(1 SE-Articles), 157–183. Retrieved from  
<https://journals.iium.edu.my/enmjjournal/index.php/enmj/article/view/502>

Bartik, A., Cullen, Z., Bertrand, M., Glaeser, E. L., Luca, M., & Stanton, C. (2020). How Are Small Businesses Adjusting to COVID-19? Early Evidence From a Survey. *SSRN Electronic Journal*.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3570896>

- Beaunoyer, E., Dupéré, S., & Guitton, M. J. (2020). COVID-19 and digital inequalities: Reciprocal impacts and mitigation strategies. *Computers in Human Behavior, 111*, 106424. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106424>
- Bedianashvili, G. (2021). Macroeconomic and cultural determinants of the covid-19 pandemic crisis. *Bulletin of the Georgian National Academy of Sciences, 15*(2), 191–197.
- Chatterjee, D., & Bolar, K. (2019). Determinants of Mobile Wallet Intentions to Use: The Mental Cost Perspective. *International Journal of Human–Computer Interaction, 35*(10), 859–869. <https://doi.org/10.1080/10447318.2018.1505697>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2020). The moderating role of gender and age in the adoption of mobile wallet. *Foresight, 22*(4), 483–504. <https://doi.org/10.1108/FS-11-2019-0094>
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance, 32*, 100574. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Elliott, K. M., & Shin, D. (2002). Student Satisfaction: An alternative approach to assessing this important concept. *Journal of Higher Education Policy and Management, 24*(2), 197–209. <https://doi.org/10.1080/1360080022000013518>
- Gerlach, J. M., & Lutz, J. K. T. (2019). Evidence on Usage Behavior and Future Adoption Intention of Fintechs and Digital Finance Solutions. *The International Journal of Business and Finance Research, 13*(2), 83–105.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th Editio). Upper Saddle River: Pearson Education.
- 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>
- Han, L., Xiao, J. J., & Su, Z. (2019). Financing knowledge, risk attitude and P2P borrowing in China. *International Journal of Consumer Studies, 43*(2), 166–177. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12494>
- Higgins, S., Gianinazzi, V., Goldsmith-pinkham, P., Gonzalez-navarro, M., Handel, B., Hunt, B., ... Sadoulet, B. (2020). *Financial Technology Adoption*.

- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry, 11*(3). <https://doi.org/10.3390/sym11030340>
- Kim, Y., Park, Y.-J., Choi, J., & Yeon, J. (2015). *An Empirical Study on the Adoption of "Fintech" Service: Focused on Mobile Payment Services. 114*(Business), 136–140. <https://doi.org/10.14257/astl.2015.114.26>
- Kurniasih, A., Santoso, A. K., Riana, D., Kadafi, A. R., Dari, W., & Husin, A. I. (2020). TAM Method and Acceptance of COVID-19 Website Users in Indonesia. *Journal of Physics: Conference Series, 1641*(1), 12020. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1641/1/012020>
- Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons, 61*(1), 35–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.09.003>
- Lee, S. (2017). Evaluation of mobile application in user's perspective: Case of P2P lending apps in FinTech industry. *KSII Transactions on Internet and Information Systems, 11*(2), 1105–1115. <https://doi.org/10.3837/tiis.2017.02.027>
- Leong, K. (2018). FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way? *International Journal of Innovation, Management and Technology, 9*(2), 74–78. <https://doi.org/10.18178/ijimt.2018.9.2.791>
- Liébana-Cabanillas, F., Higuera-Castillo, E., Molinillo, S., & Montañez, M. R. (2018). Assessing the role of risk and trust in consumers' adoption of online payment systems. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC), 5*(2), 99–113. Retrieved from <http://uajournals.com/ojs/index.php/ijisebc/article/view/407/297>
- Lin, M., Prabhala, N. R., & Viswanathan, S. (2012). Judging Borrowers by the Company They Keep: Friendship Networks and Information Asymmetry in Online Peer-to-Peer Lending. *Management Science, 59*(1), 17–35. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1120.1560>
- McKibbin, W. J., & Fernando, R. (2020). The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3547729>
- Meyliana ;Fernando, E. ; S. (2019). The Influence of Perceived Risk and Trust in Adoption of FinTech Services in Indonesia. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal., 13*(1), 31–37.
- Mushi, R., Jafari, S., & Ennis, A. (2018). *Measuring Mobile Phone Technology Adoption in SMEs: Analysis of Metrics*. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5201-7.ch072>

- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., ... Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International Journal of Surgery (London, England)*, 78, 185–193. <https://doi.org/10.1016/j.ijssu.2020.04.018>
- OJK. (2023). Penyelenggara Fintech Lending Berizin di OJK per 9 Maret 2023. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/Pages/Penyelenggara-Fintech-Lending-Berizin-di-OJK-per-22-April-2022.aspx>
- Pal, R., & Bhadada, S. K. (2020). Cash, currency and COVID-19. *Postgraduate Medical Journal*, 96(1137), 427 LP-428. <https://doi.org/10.1136/postgradmedj-2020-138006>
- Park, J. K., Ahn, J., Thavisay, T., & Ren, T. (2019). Examining the role of anxiety and social influence in multi-benefits of mobile payment service. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47(September 2018), 140–149. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.11.015>
- Patel, K. J., & Patel, H. J. (2018). Adoption of internet banking services in Gujarat. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 147–169. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2016-0104>
- Peter, J. P., & Ryan, M. J. (1976). An Investigation of Perceived Risk at the Brand Level. *Journal of Marketing Research*, 13(2), 184–188. <https://doi.org/10.2307/3150856>
- Popkova, E., DeLo, P., & Sergi, B. S. (2021). Corporate Social Responsibility Amid Social Distancing During the COVID-19 Crisis: BRICS vs. OECD Countries. *Research in International Business and Finance*, 55, 101315. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101315>
- Revathy, C., & Balaji, P. (2020). Determinants of behavioural intention on e-wallet usage: an empirical examination in amid COVID-19 lockdown period. *International Journal of Management (IJM)*, 11(6), 92–104. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.6.2020.008>
- Ryu, H.-S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: the moderating effect of user type. *Industrial Management & Data Systems*, 118(3), 541–569. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2017-0325>
- Sahay, R., Allmen, Ulric Eriksson von Lahreche, A., Khera, P., Ogawa, S., Bazarbash, M., & Beaton, K. (2020). The Promise of Fintech; Financial Inclusion in the Post COVID-19 Era. In *IMF Departmental Papers / Policy Papers from International Monetary Fund*. Retrieved from [https://econpapers.repec.org/paper/imfimdps/2020\\_2f009.htm%0D](https://econpapers.repec.org/paper/imfimdps/2020_2f009.htm%0D)
- Shao, Z., & Zhang, L. (2018). *Trust Building in the Mobile Payment Platform*. *BT - 22nd Pacific Asia Conference on Information Systems, PACIS 2018, Yokohama, Japan, June 26-30, 2018* (p. 5). p. 5. Retrieved from

<https://aisel.aisnet.org/pacis2018/5>

- Shin, D.-H. (2013). User experience in social commerce: in friends we trust. *Behaviour & Information Technology*, 32(1), 52–67. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2012.692167>
- Simanjuntak, M., Safari, A., & Anggraini, A. M. T. (2022). Perlindungan Konsumen Terhadap Jeratan Pinjaman Online Di Masa Pandemi Covid-19. *Policy Brief Pertanian, Kelautan Dan Biosains Tropika*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.29244/agro-maritim.v4.i1.13>
- Singh, S., & Srivastava, R. K. (2018). Predicting the intention to use mobile banking in India. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 357–378. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2016-0186>
- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust. *Psychology & Marketing*, 32(8), 860–873. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/mar.20823>
- Snelbecker, G. E., Roszkowski, M. J., & Cutler, N. E. (1990). Investors' risk tolerance and return aspirations, and financial advisors' interpretations: A conceptual model and exploratory data. *Journal of Behavioral Economics*, 19(4), 377–393. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0090-5720\(90\)90024-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0090-5720(90)90024-2)
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2018). Predicting online repurchase intentions with e-satisfaction as mediator: a study on Gen Y. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(3), 427–447. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-10-2017-0066>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425–478

## LAMPIRAN

### KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Muhammad Ovi Hasyim Syahbana yang merupakan salah satu mahasiswa dari (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul "Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Pinjaman Online Pada Situasi Krisis : Studi Kasus Di Masa Pandemi Covid-19". Sehubungan dengan hal ini, saya memohon bantuan saudara/i untuk mengisi kuesioner apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Pernah melakukan peminjaman online yang legal (terdaftar di OJK) melalui aplikasi smartphone sebelum terjadi Covid-19 (Januari 2020-Maret 2020), saat terjadi Covid-19 (Maret 2020-Desember 2022), dan setelah Covid-19 (Sepanjang tahun 2023).
2. Berusia minimal 18 tahun.

Seluruh data bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian skripsi ini. Seluruh informasi yang bersifat pribadi tidak akan dipublikasikan. Terima kasih atas kesediaan saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

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

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Aplikasi Pinjaman Online :
5. Pekerjaan :
6. Penghasilan Tiap Bulan :
7. Jumlah Pinjaman :

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

#### **Petunjuk Pengisian Kuesioner**

Tunjukkan tingkat persetujuan Saudara/i terhadap pernyataan berikut dengan memilih jawaban yang telah disediakan. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan perasaan (Tidak ada jawaban yang benar). Skala dimulai dari skala 1 yang menyatakan bahwa Saudara/i Sangat Tidak Setuju (STS) hingga skala 6 yang menyatakan bahwa Saudara/i Sangat Setuju (SS).

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Agak Tidak Setuju (ATS)

4 = Agak Setuju (AS)

5 = Setuju (S)

6 = Sangat Setuju (SS)

### **KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X1)**

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai parameter yang menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa usaha yang signifikan

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1	Aplikasi pinjaman online mudah digunakan tanpa perlu bantuan orang lain						
2	Sistem di aplikasi pinjaman online tidak rumit						
3	Saya mampu memahami setiap fungsi yang ada di aplikasi pinjaman online						
4	Memahami sistem aplikasi pinjaman online tidak membutuhkan waktu yang lama						
5	Saya mampu mengoperasikan sistem aplikasi pinjaman online dengan cepat						

### **RISIKO (X2)**

Risiko adalah tindakan seseorang yang menghasilkan keputusan yang memberi harapan dan dapat merugikan

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1	Saya merasa perusahaan aplikasi pinjaman online dapat menyebarkan informasi pribadi tanpa izin						
2	Aplikasi pinjaman online di bawah OJK memiliki keamanan yang baik						
3	Menggunakan aplikasi pinjaman online memiliki resiko keuangan yang harus ditanggung						
4	Saya bersedia menerima resiko saat menggunakan aplikasi pinjaman online						

### **PENGARUH SOSIAL (X3)**

Pengaruh sosial sebagai sejauh mana konsumen merasakan bahwa orang lain percaya bahwa individu harus menggunakan teknologi tersebut

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1	Saya menggunakan aplikasi pinjaman online karena banyak digunakan oleh orang lain						
2	Lingkungan saya mendukung untuk menggunakan pinjaman online						
3	Keluarga dan teman-teman saya menyarankan untuk menggunakan pinjaman online						
4	Media sosial membantu saya dalam menggunakan pinjaman online						

### **KEPERCAYAAN (X4)**

Kepercayaan pada penyedia jasa didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan bahwa penyedia layanan memiliki integritas dan dapat diandalkan

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1	Saya mendapatkan apa yang dibutuhkan dari menggunakan aplikasi pinjaman online						
2	Aplikasi pinjaman online memberikan pelayanan yang baik						
3	Aplikasi pinjaman online dapat memenuhi janji dan komitmennya						
4	Saya merasa data pribadi di aplikasi pinjaman online dilindungi						

### **NIAT MENGGUNAKAN APLIKASI PINJAMAN ONLINE (Y1)**

Niat perilaku merupakan penilaian pribadi seseorang bahwa dia akan melakukan beberapa perilaku

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1	Saya berniat untuk melakukan pinjaman online melalui aplikasi						
2	Saya akan menggunakan aplikasi pinjaman online di masa yang akan datang						
3	Saya akan menggunakan aplikasi pinjaman online saat memiliki kebutuhan yang mendesak						

### **PENGGUNAAN APLIKASI PINJAMAN ONLINE (Y2)**

Penggunaan dapat didefinisikan sebagai penggunaan yang sebenarnya dari sistem atau teknologi

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1	Saya menyukai layanan pinjaman online melalui aplikasi						
2	Saya menggunakan aplikasi pinjaman online untuk kegiatan pendanaan saya						
3	Saya akan merekomendasikan aplikasi pinjaman online kepada teman-teman saya						

Sebelum Pandemi Covid-19 \*

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju					

Saat Pandemi Covid-19 \*

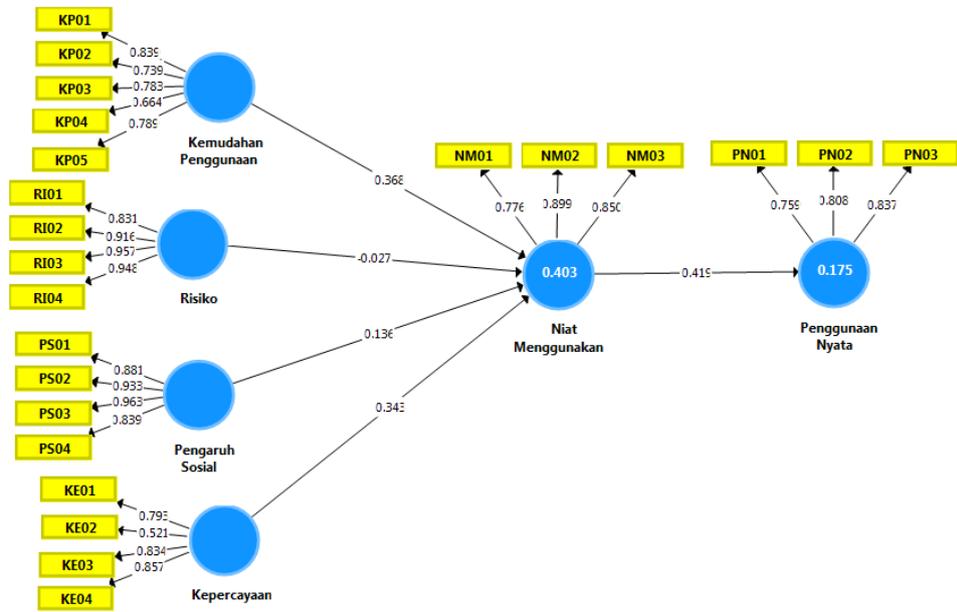
	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju					

Setelah Pandemi Covid-19 \*

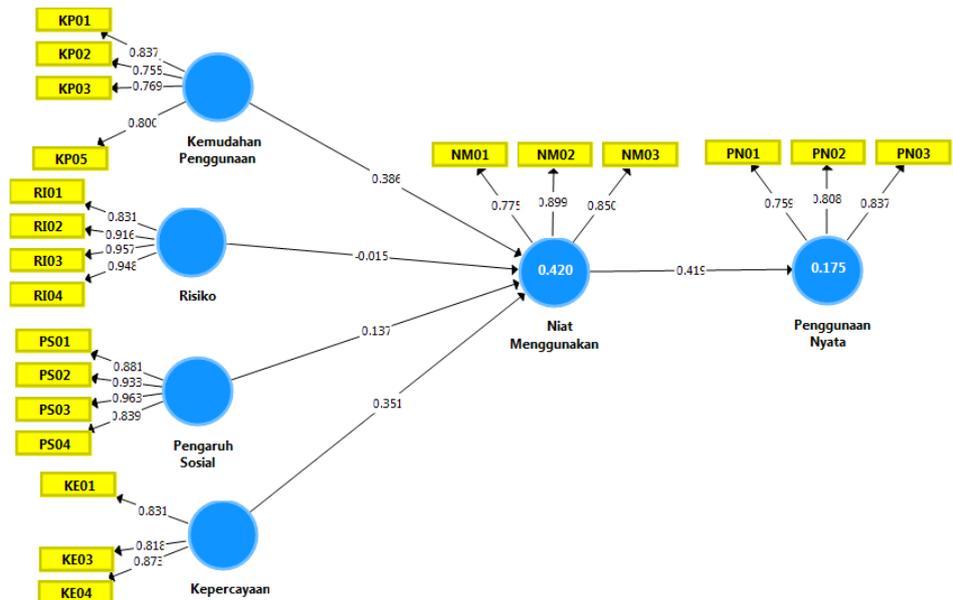
	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju					

## Sebelum Krisis Pandemi Covid-19

### Sebelum Perbaikan



### Setelah Perbaikan

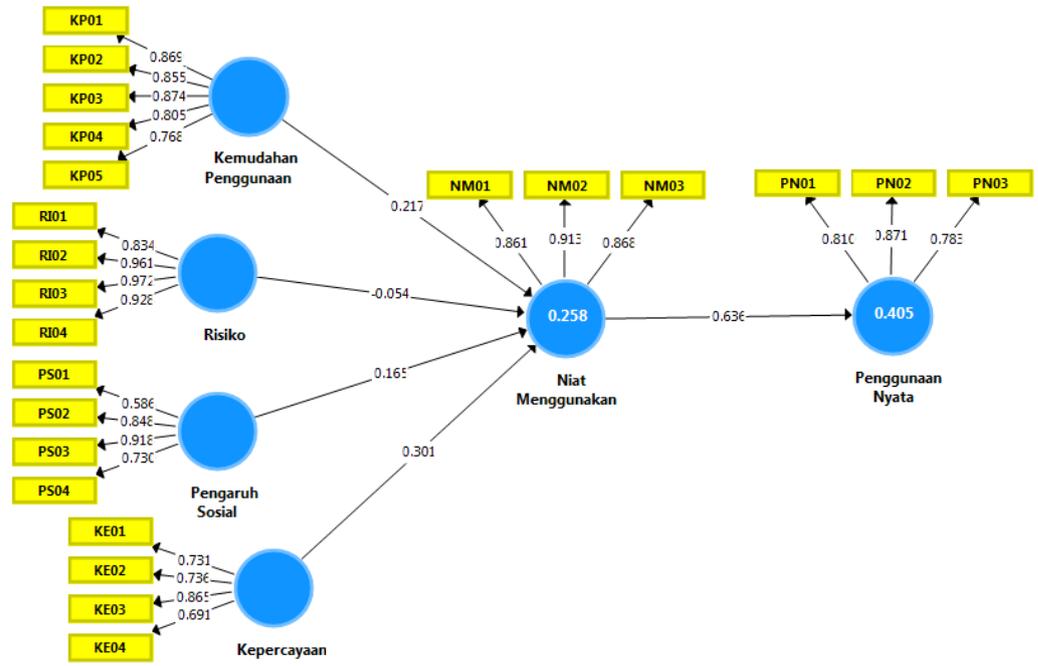


	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kemudahan Penggunaan	0.828	0.848	0.875	0.585
Risiko	0.938	1.007	0.953	0.836
Pengaruh Sosial	0.931	1.059	0.948	0.819
Kepercayaan	0.754	0.805	0.844	0.582
Niat Menggunakan	0.796	0.817	0.880	0.711
Penggunaan Nyata	0.725	0.737	0.844	0.644

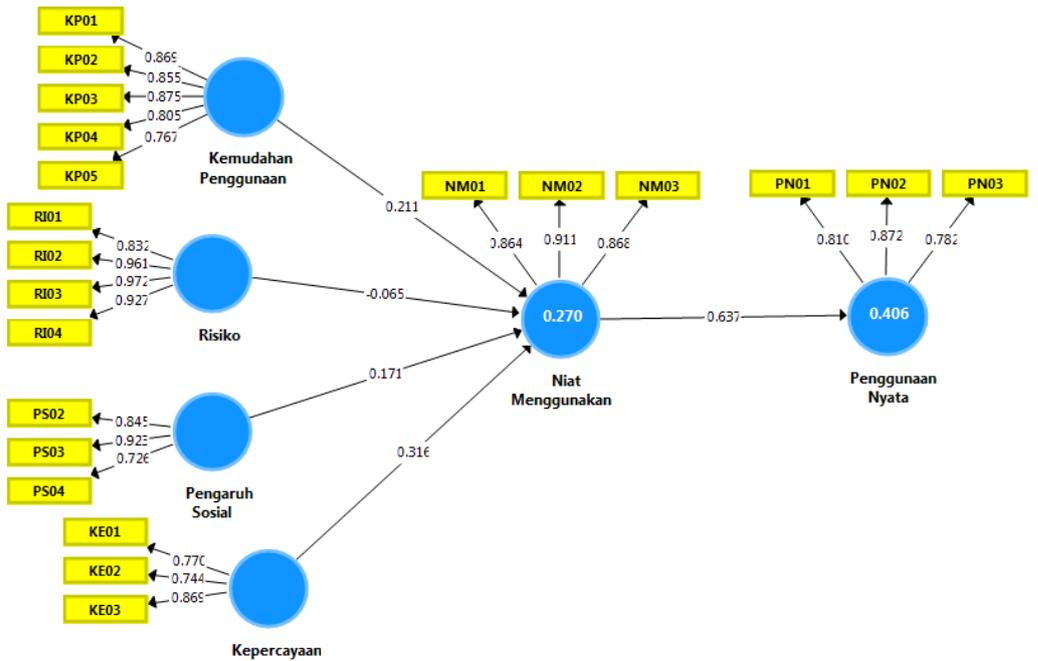
	R Square	R Square Adjusted
Niat Menggunakan	0.403	0.381
Penggunaan Nyata	0.175	0.168

Saat Krisis Pandemi Covid-19

Sebelum Model Perbaikan



Setelah Model Perbaikan

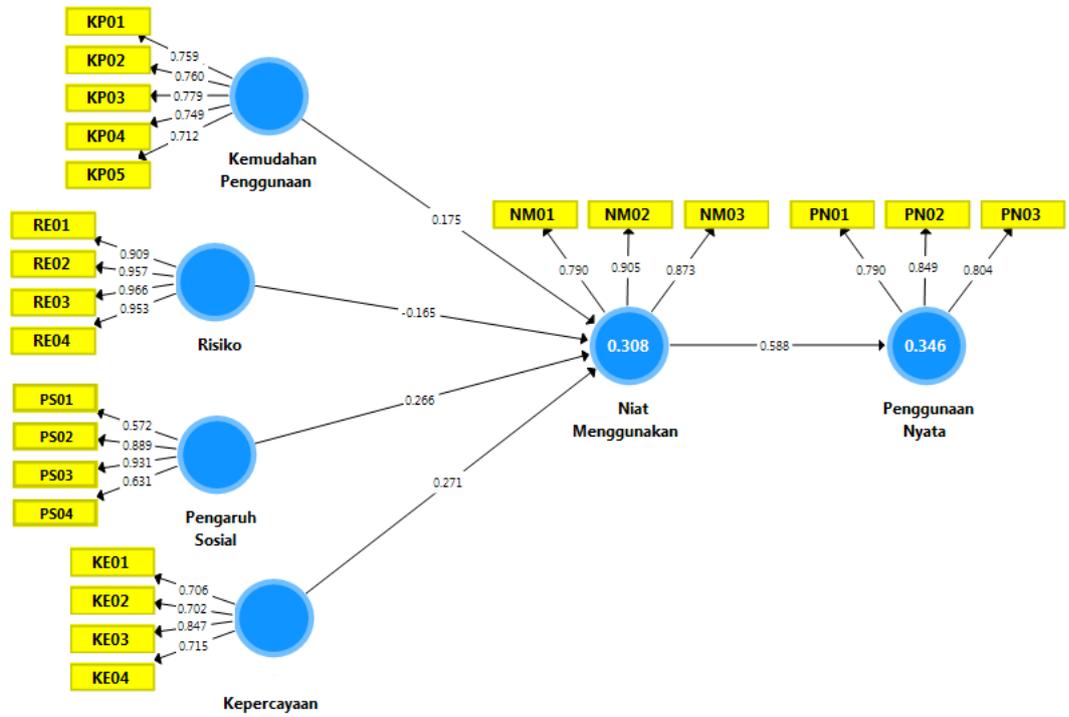


	R Square	R Square Adjusted
Niat Menggunakan	0.270	0.243
Penggunaan Nyata	0.406	0.401

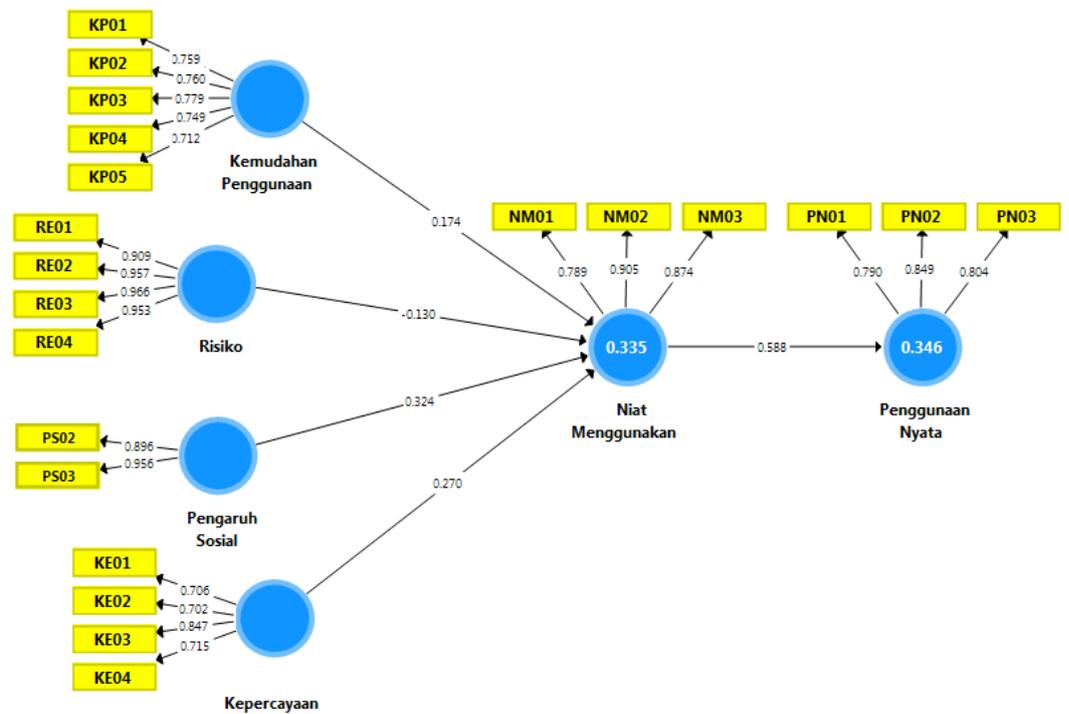
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kemudahan Penggunaan	0.894	0.944	0.920	0.698
Risiko	0.954	1.047	0.959	0.855
Pengaruh Sosial	0.788	0.906	0.873	0.698
Kepercayaan	0.715	0.748	0.838	0.634
Niat Menggunakan	0.856	0.858	0.912	0.776
Penggunaan Nyata	0.761	0.773	0.862	0.676

Setelah Krisis Pandemi Covid-19

Sebelum Model Perbaikan



Setelah Perbaikan



	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kemudahan Penggunaan	0.812	0.827	0.867	0.566
Risiko	0.962	1.043	0.972	0.896
Pengaruh Sosial	0.841	0.945	0.924	0.858
Kepercayaan	0.733	0.761	0.832	0.555
Niat Menggunakan	0.818	0.824	0.892	0.735
Penggunaan Nyata	0.747	0.746	0.856	0.664

	R Square	R Square Adjusted
Niat Menggunakan	0.335	0.311
Penggunaan Nyata	0.346	0.340