



TESIS - T1185401

**ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI TERHADAP  
*FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) LENDING*  
DENGAN PENDEKATAN TAM DAN UTAUT**

**RANA ATIKAH ARDLIANTI**  
**02411750040006**

Dosen Pembimbing  
Ratna Sari Dewi, S.T., M.T., Ph.D.

Departemen Teknik Sistem dan Industri  
Fakultas Teknologi Industri dan Rekayasa Sistem  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
2020





**TESIS - TI185401**

**ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI TERHADAP  
*FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) LENDING*  
DENGAN PENDEKATAN TAM DAN UTAUT**

**RANA ATIKAH ARDLIANTI  
02411750040006**

**Dosen Pembimbing  
Ratna Sari Dewi, S.T., M.T., Ph.D.**

**Departemen Teknik Sistem dan Industri  
Fakultas Teknologi Industri dan Rekayasa Sistem  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
2020**

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*



**THESIS - TI185401**

**TECHNOLOGY ACCEPTANCE ANALYSIS OF  
FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) LENDING  
WITH TAM AND UTAUT APPROACH**

**RANA ATIKAH ARDLIANTI  
02411750040006**

**Supervisors  
Ratna Sari Dewi, S.T., M.T., Ph.D.**

**Department of Systems and Industrial Engineering  
Faculty of Industrial Technology and Systems Engineering  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
202**

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*



## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

**Magister Teknik (M.T.)**

di

**Institut Teknologi Sepuluh Nopember**

Oleh:

**RANA ATIKAH ARDLIANTI**

**NRP: 02411750040006**

Tanggal Ujian : 12 Agustus 2020

Periode Wisuda : September 2020

Disetujui oleh:

**Pembimbing:**

1. Ratna Sari Dewi, S.T., M.T., Ph.D.

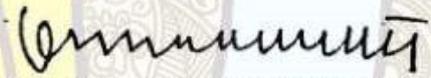
NIP: 198001132008122002



**Penguji:**

1. Prof. Dr. Ir. Udisubakti Ciptomulyono, M.Eng.Sc.

NIP: 195903181987011001



2. Dr. Adithya Sudiarno, S.T., M.T.

NIP: 198310162008011006



Departemen Teknik Sistem dan Industri  
Teknologi Industri dan Rekayasa Sistem

  
Nurhaci Siswanto, S.T., MSIE., Ph.D

NIP: 197005231996011001



*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*



## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rana Atikah Ardlianti  
NRP : 02411750040006  
Program Studi : Teknik Sistem dan Rekayasa Industri

Menyatakan bahwa tesis dengan judul:

**“ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI TERHADAP *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) LENDING* DENGAN PENDEKATAN TAM DAN UTAUT”**

adalah benar-benar hasil karya intelektual mandiri, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diijinkan, dan bukan merupakan karya pihak lain yang saya akui sebagai karya sendiri. Seluruh referensi yang dikutip dan dirujuk telah saya tulis secara lengkap di daftar pustaka. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Surabaya, Agustus 2020

Rana Atikah Ardlianti  
NRP. 02411750040006

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## **ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI TERHADAP *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) LENDING* DENGAN PENDEKATAN TAM DAN UTAUT**

Nama : Rana Atikah Ardlianti  
NRP : 0241175004006  
Dosen Pembimbing : Ratna Sari Dewi, S.T., M.T., Ph.D.

### **ABSTRAK**

*Fintech* adalah industri keuangan yang menciptakan layanan keuangan dengan sistem yang lebih efisien. Pendanaan berbasis pinjaman *fintech* ini adalah alternatif pinjaman tanpa jaminan dan perantara untuk orang-orang yang tidak dilayani oleh lembaga keuangan konvensional. *Fintech* merupakan terobosan teknologi baru yang sedang *booming* dikalangan masyarakat. Meski *booming*, ternyata masih ada orang-orang yang belum mengenal atau belum mengetahui cara penggunaan *fintech* dengan benar. Karena itu masih banyak kasus yang penyalahgunaan *fintech* yang akhirnya merugikan kedua belah pihak (pengguna dan perusahaan). Untuk itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui seberapa besar masyarakat bisa menerima adanya teknologi baru tersebut, bagaimana kemudahan pengoperasiannya, seberapa besar manfaat yang didapat sehingga tetap menggunakan produk *fintech lending* dengan harapan agar terhindar dari permasalahan yang dikeluhkan oleh sebagian orang (penipuan, produk tidak sesuai kebutuhan, dan lain-lain).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel apa saja yang berpengaruh terhadap penggunaan teknologi baru berupa *financial technology lending* dengan 51 responden. Penelitian ini menggunakan integrasi dua pendekatan, yaitu *Theory of Acceptance Model* (TAM) dan *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Untuk UTAUT menambahkan satu variabel baru, *Brand and Service Trust*. Variabel TAM yang digunakan adalah Persepsi kegunaan (PU), Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU), Sikap (ATT), Niat untuk menggunakan (ITU), Penggunaan (USE). Sedangkan variabel UTAUT yang digunakan adalah Pengaruh sosial (SI) dan Kondisi Fasilitasi (PU). Kemudian semua variabel ini dibentuk menjadi model konseptual. Ada 8 hipotesis dalam model konseptual yaitu H1: PEOU memiliki efek positif pada PU, H2: PEOU memiliki efek positif pada ATT, H3: PU memiliki efek positif pada ATT, H4: BST memiliki efek positif pada ATT, H5 :ATTI memiliki efek positif pada ITU, H6: SI memiliki efek positif pada ITU, H7: ITU memiliki efek positif pada USE, H8 : FC memiliki efek positif pada USE. Penelitian ini mengolah data menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Hasil yang diapat adalah dari 8 hipotesis, ada 1 hipotesis yang tidak diterima yaitu *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan. Sedangkan hipotesis yang lain menunjukkan pengaruh positif responden terhadap penggunaan aplikasi *fintech lending*.

Hasil akhir dari penelitian ini adalah responden dari penelitian ini sudah merasakan kemudahan dan kebermanfaatannya dari pemakaian aplikasi *fintech*

*lending*. Untuk kendala yang dialami oleh sebagian orang kemungkinan dikarenakan faktor lain misalnya informasi pada produk *fintech lending* kurang lengkap, *fintech lending* dicabut atau tidak terdaftar OJK tetapi masih beredar, tidak adanya respon dari perusahaan ketika melakukan verifikasi data, dan lain sebagainya yang tidak dibahas didalam penelitian ini.

**Kata kunci:** *Fintech, Fintech Lending, TAM, UTAUT, Partial Least Square (PLS)*

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

# **TECHNOLOGY ACCEPTANCE ANALYSIS OF FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) LENDING WITH TAM AND UTAUT APPROACH**

Name : Rana Atikah Ardlianti  
NRP : 0241175004006  
Supervisor : Ratna Sari Dewi, S.T., M.T., Ph.D.

## **ABSTRACT**

Fintech is a financial industry that creates financial services with a more efficient system. This fintech loan-based funding is an unsecured and intermediary loan alternative for people who are not served by conventional financial institutions. Fintech is a new technological breakthrough that is booming among the public. Even though it is booming, it turns out that there are still people who don't know or don't know how to use fintech properly. Because of that, there are still many cases of fintech abuse which ultimately harm both parties (users and companies). For this reason, this research needs to be done to find out how much the public can accept the new technology, how easy it is to operate, how much benefit is obtained so that they continue to use fintech lending products in the hope of avoiding the problems some people complain about (fraud, non as needed, and others).

This study aims to determine which variables affect the use of new technology in the form of financial technology lending with 51 respondents. This study uses an integration of two approaches, namely Theory of Acceptance Model (TAM) and The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). For UTAUT add one new variable, Brand and Service Trust. The TAM variables used were perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU), attitude (ATT), intention to use (ITU), use (USE). While the UTAUT variables used were social influence (SI) and Facilitation Condition (PU). Then all these variables are formed into a conceptual model. There are 8 hypotheses in the conceptual model namely H1: PEOU has a positive effect on PU, H2: PEOU has a positive effect on ATT, H3: PU has a positive effect on ATT, H4: BST has a positive effect on ATT, H5: ATTI has a positive effect on ATT ITU, H6: SI has a positive effect on ITU, H7: ITU has a positive effect on USE, H8: FC has a positive effect on USE. This study processes data using SmartPLS 3.0 software. The results obtained are from 8 hypotheses, there is 1 hypothesis that is not accepted, namely the facilitating condition does not have a positive effect on usage. Meanwhile, another hypothesis shows the positive influence of respondents on the use of the fintech lending application.

The final result of this study is that the respondents of this study have experienced the convenience and benefits of using the fintech lending application. For the problems experienced by some people, it may be due to other factors such as incomplete information on fintech lending products, fintech lending is revoked



or not registered with the OJK but is still circulating, there is no response from the company when verifying data, etc. which are not discussed in this study.

**Keywords:** Fintech, Fintech Lending, TAM, UTAUT, Partial Least Square (PLS)

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim. Alhamdulillah Rabbil 'Aalamiin penulis panjatkan kepada Allah Subhanallahu wa Ta'ala atas segala limpahan rahmat, berkah dan hidayah-Nya, sholawat serta salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tesis dengan judul analisa penerimaan teknologi terhadap *financial technology (fintech) lending* dengan pendekatan TAM dan UTAUT. Selama penyusunan laporan tesis ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa
2. Bapak Subandi, ibu Umiati, pak Sukamto, ibu Zubaidah, bapak Jaelani, ibu Anjarwati, Adek Naufal, dan suami tercinta Dwi Septian Primadani sebagai keluarga besar penulis yang selalu mendoakan dan memberikan semangat tanpa henti;
3. Ibu Ratna Sari Dewi, S.T., M.T., Ph.D. sebagai dosen pembimbing utama yang telah memberikan dukungan, bimbingan serta saran yang sangat bermanfaat;
4. Bapak Dr. Adithya Sudiarno, S.T., M.T. sebagai dosen wali yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk yang sangat berguna;
5. Prof. Dr. Ir. Udisubakti Ciptomulyono. M.Eng.Sc. dan Bapak Dr. Adithya Sudiarno, S.T., M.T. selaku dosen penguji yang telah memberikan koreksi dan saran perbaikan dalam penyusunan tesis ini;
6. Staf pengajar Departemen Teknik Sistem dan Industri ITS yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis;
7. Teman-teman Pascasarjana Teknik Sistem dan Industri khususnya konsentrasi Ergonomi dan Keselamatan Industri (Radit, Novi, Mega, Fatma, Tri) atas kebersamaan, *sharing* informasi dan dukungannya;
8. Ibu Rahayu yang senantiasa membantu dan memberikan informasi selama perkuliahan;
9. Rekan-rekan dunia maya yang bersedia menjadi responden;

10. Suamiku sebagai teman diskusi dan penyemangat selama menyelesaikan penyusunan tesis ini;
11. Calon bayiku yang senantiasa menemani segala keluh kesah mamanya dan tetap sebagai penyemangat utama mama untuk segera menyelesaikan tesis ini;
12. Keponakan – keponakanku Arzura dan Arzoya yang menjadi tim hore dalam penyelesaian tesis ini;
13. Lek Win yang telah membantu sebagian pekerjaan rumah sehingga bisa leluasa mengerjakan tesis ini;
14. Tom, kucingku yang ganteng dan lucu sebagai penghibur dalam penyelesaian tesis ini;
15. Semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan laporan tesis ini sehingga penulis berharap penelitian yang dilakukan dalam tesis ini dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi pada penelitian selanjutnya. Semoga laporan tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membacanya.

Surabaya, Agustus 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	iii
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 <i>Financial Technology (Fintech)</i> .....	11
2.1.1 Beberapa macam produk fintech di Indonesia .....	12
2.2 Technology Acceptance Model (TAM).....	16
2.3 The Unified Theory of Acceptance Use of Technology (UTAUT) .....	18
2.3.1 Efek dari <i>Brand and Service Trust</i> terhadap <i>Attitude</i> pada penggunaan <i>Fintech</i> .....	19
2.4 <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> .....	20
2.4.1 <i>Covariance Based Structural Equation Modeling (CB-SEM)</i> dan <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	21
2.5 <i>Roadmap</i> Penelitian.....	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	32
3.1 Studi Literatur .....	35
3.2 Identifikasi variabel.....	35
3.3 Pilot Test .....	35
3.4 Pembuatan Model dan Hipotesis.....	35
3.4.1 Definisi Variabel .....	37
3.5 Penyusunan Kuisisioner dan Penentuan Penilaian .....	50
3.6 Penyebaran dan Penentuan Sampel Responden.....	50
3.7 Pengolahan Data.....	50
3.7.1 Analisa dan Interpretasi Data.....	53
3.8 Kesimpulan dan Saran.....	55
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....	56
4.1 Pengumpulan Data .....	56
4.2 Karakteristik Responden .....	56
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	56
4.2.2 Usia Responden .....	57
4.2.3 Domisili .....	58
4.2.4 Pekerjaan.....	59
4.2.5 Pendidikan .....	59
4.2.6 Pendapatan per Bulan .....	60
4.2.7 Jenis Aplikasi.....	61
4.3 Analisis PLS.....	62
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	62
4.3.1.1 Pengujian Validitas Konvergen .....	63
4.3.1.2 Pengujian Validitas Diskriminan ( <i>Discriminant Validity</i> ) .....	65
4.3.1.3 Pengujian Reliabilitas .....	67
4.3.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	68
4.3.2.1 Evaluasi Koefisien Jalur .....	68

4.3.2.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	71
4.3.2.3	Evaluasi Nilai $f^2$ ( <i>Size Effect</i> ).....	73
4.3.2.4	Hasil Uji <i>Q-Square</i> .....	75
4.3.2.5	Hasil Uji $q^2$ <i>Effect Size</i> .....	76
4.4	Pengujian Hipotesis.....	77
BAB V ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA.....		81
5.1	Pengumpulan Data.....	81
5.1.1	Analisis Pengolahan PLS-SEM.....	82
5.1.2	Pembahasan Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	83
5.1.3	Pembahasan Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	84
5.1.3.1	Pembahasan Hasil Uji Hipotesis.....	85
5.2	Kontribusi.....	90
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		91
6.1	Kesimpulan.....	91
6.2	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....		93
LAMPIRAN 1.....		98
LAMPIRAN 2 – DATA PENELITIAN.....		101
LAMPIRAN 3 – HASIL ANALISIS PLS.....		106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Produk Pinjaman Tanpa Agunan Berbasis <i>Online</i> .....	3
Gambar 1.2 Beberapa macam produk fintech.....	4
Gambar 2.1 Beberapa contoh <i>fintech</i> dari OJK.....	12
Gambar 2.2 Tata cara pendaftaran akun Kredivo.....	13
Gambar 2.2 Tata cara pendaftaran di akun Akulaku.....	14
Gambar 2.3 Model pertama kali diusulkan oleh Fred Davis tahun 1989.....	16
Gambar 2.4 Model final yang diusulkan oleh Fred Davis & Venkatesh tahun 1996.....	17
Gambar 2.6 Hubungan antara <i>Brand and Service Trust</i> dengan <i>Attitude</i> .....	19
Gambar 2.7 Spesifikasi Model PLS-SEM.....	26
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian.....	32
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian (lanjutan).....	33
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian (lanjutan).....	34
Gambar 3.2 Model Struktural dan Hipotesis Penelitian.....	36
Gambar 3.3 Spesifikasi Model PLS-SEM.....	48
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	54
Gambar 4.2 Usia Responden.....	55
Gambar 4.3 Domisili Responden.....	55
Gambar 4.4 Pekerjaan Responden.....	56
Gambar 4.5 Pendidikan Responden.....	57
Gambar 4.6 Pendapatan per Bulan.....	58
Gambar 4.7 Jenis Aplikasi <i>Finteh Lending</i> .....	58
Gambar 4.8 Spesifikasi Model PLS.....	59
Gambar 4.9 Hasil Estimasi Model PLS dengan Teknik <i>Algorithm</i> .....	60
Gambar 4.10 Hasil Estimasi Model PLS <i>Bootstrapping</i> .....	66
Gambar 4.11 <i>Output R-square</i> .....	69
Gambar 4.12 <i>Simple Model PLS Hasil Bootstrapping 500</i> .....	73



*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Dana Pinjaman yang Dicairkan.....	3
Tabel 2.1 Kesalahan Pemilihan Indikator.....	22
Tabel 2.2 Menentukan Arah Indikator Suatu Konstruk Apakah Reflektif atau Formatif.....	22
Tabel 2.3 Rekomendasi Ukuran Sampel PLS.....	23
Tabel 2.4 Perbandingan PLS dan CB-SEM.....	24
Tabel 2.5 <i>Road Map</i> Penelitian.....	30
Tabel 3.1 Hipotesis Penelitian.....	37
Tabel 3.2 Penjelasan Variabel dan Indikator Penelitian.....	40
Tabel 3.2 Penjelasan Variabel dan Indikator Penelitian (lanjutan).....	41
Tabel 3.2 Penjelasan Variabel dan Indikator Penelitian (lanjutan).....	42
Tabel 3.2 Penjelasan Variabel dan Indikator Penelitian (lanjutan).....	43
Tabel 3.2 Penjelasan Variabel dan Indikator Penelitian (lanjutan).....	44
Tabel 3.2 Penjelasan Variabel dan Indikator Penelitian (lanjutan).....	45
Tabel 3.2 Penjelasan Variabel dan Indikator Penelitian (lanjutan).....	46
Tabel 3.3 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran (Mode A).....	50
Tabel 3.4 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran (Mode B).....	51
Tabel 3.5 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Struktural.....	52
Tabel 4.1 Nilai <i>Loading Factor</i> dan Nilai AVE.....	60
Tabel 4.2 <i>Cross Loading</i> Indikator.....	62
Tabel 4.3 <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i> .....	63
Tabel 4.4 <i>Discriminant Validity HTMT (Heterotrait-Monotrait ratio)</i> .....	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.6 Hasil <i>Path Coefficient</i> .....	66
Tabel 4.7 Hasil Uji $R^2$ .....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji $f^2$ .....	71
Tabel 4.9 <i>Total Effects <math>f^2</math></i> .....	72
Tabel 4.10 Hasil Uji $Q^2$ .....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji $q^2$ .....	73

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....75

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada bab I pendahuluan ini akan menjelaskan mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup serta sistematika penulisan laporan.

### 1.1 Latar Belakang

Industri keuangan bagi komunitas dan dalam kehidupan sehari-hari orang-orang di seluruh dunia adalah sangat penting (Milian et al., 2019). Pada tahun 2017 muncul sebuah teknologi baru dalam industri keuangan yaitu *financial technology* (*fintech*). Kemunculan teknologi baru ini secara tidak langsung telah mengubah cara hidup dan bertransaksi masyarakat. Hal ini merupakan tantangan besar bagi industri keuangan dalam menghadapi kemajuan teknologi masa kini.

*Financial technology* (*fintech*) adalah suatu industri yang terdiri dari perusahaan yang menciptakan sebuah jasa keuangan dengan sistem yang lebih efisien (McAuley, 2014). *Fintech* sendiri merupakan suatu terobosan baru dalam industri keuangan dimana sistemnya bekerja lebih cepat (tidak membutuhkan waktu lama), praktis, dan tepat. *Fintech* merupakan sebuah inovasi baru untuk pengembangan aplikasi, proses, produk dalam industri jasa keuangan (Alt dan Puschmann, 2012).

Dengan adanya produk-produk *fintech* tersebut diprediksi akan mendorong inklusi keuangan pada masa yang akan datang. Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi *Financial Technology* atau AFTECH (2018) menunjukkan bahwa lebih dari 70% *fintech startups* lebih fokus segmen yang tidak terlayani oleh perbankan (*unbanked and underbanked*). Hal ini menjadi kesempatan *fintech* untuk bisa masuk lebih dalam pada masyarakat.

Berdasarkan Badan Internasional *Financial Stability Board* (2018) ada 3 kategori *Fintech* yaitu *Payment, Clearing, Settlement; e-Aggregator/Market Aggregator*; dan *Crowdfunding* dan *Peer-to-Peer (P2P) Lending*. *Fintech* yang berkategori *peer-to-peer lending* ini adalah alternatif bagi masyarakat yang tidak

terlayani oleh lembaga keuangan konvensional (perbankan). Pinjaman *peer-to-peer* (P2P) *lending* memberikan alternatif lain berupa pembiayaan tanpa perantara lembaga keuangan (bank konvensional) di mana individu tersebut dapat memberi pinjaman atau meminjam satu sama lain secara langsung (Liu et al., 2019). Kemunculan teknologi baru berupa *fintech peer to peer lending* bisa menjadi peluang untuk mengurangi biaya pendanaan dengan sistem yang lebih efisien tanpa melibatkan perantara.

Data dari Otoritas Jasa Keuangan pada bulan Desember 2018 menunjukkan bahwa sudah ada 88 perusahaan *fintech peer to peer* (P2P) *lending* atau bisa disebut juga *fintech lending* yang berizin dan terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan dan 2 diantaranya adalah perusahaan pinjaman berbasis syari'ah. Berbagai macam limit, bunga, dan jangka waktu pun ditawarkan. Tidak seperti meminjam di bank tradisional, yang biasanya berfokus utama pada skor kredit peminjam, *fintech lenders* menggunakan input serta proses yang berbeda dalam mengevaluasi peminjam (Bruckner, 2018). Apa yang digunakan untuk mengevaluasi peminjam bias dalam bentuk latar belakang pendidikan, pendapatan per bulan, jurusan kuliah, akun beserta teman *facebook* dan lain sebagainya. Berikut adalah salah satu hasil survei singkat dari web *Daily Social* (2018) yang bekerja sama dengan *JakPat Mobile Survey Platform* terkait dengan penetrasi produk Kartu Tanpa Agunan (KTA) berbasis *online* (merupakan produk *Fintech lending*) di Indonesia. Gambar 1.1 menunjukkan bahwa survei dilakukan oleh *Daily Social* pada bulan April 2018 terhadap 1.938 responden yang terdiri dari laki-laki dan perempuan yang mana mayoritas didominasi oleh umur 20-25 tahun yang tersebar di Provinsi di Indonesia.



Gambar 1.1 Penetrasi Produk Pinjaman Tanpa Agunan Berbasis *Online*  
(Sumber : *Daily Social*)

Menurut Laporan *Fintech* 2018, total pinjaman yang telah dicairkan hingga September 2018 berjumlah lebih dari 13,8 triliun Rupiah. Total pinjaman tersebut tumbuh lebih dari 6 kali hanya dalam periode 8 bulan. Rata-rata setiap *platform* berlisensi telah mengelola hampir 400 miliar Rupiah dalam bentuk pinjaman. Sekitar 84% pinjaman terkonsentrasi di Pulau Jawa, sementara hanya sekitar 16% yang disalurkan di luar Pulau Jawa. Berikut adalah detail dana pinjaman yang telah dicairkan pada bulan September 2018.

Tabel 1.1 Dana Pinjaman yang Dicairkan

<i>Descipton</i>	September 2018
<i>Java</i>	Rp 11,568,093,212,788
Outside Javan	Rp 2,266,223,002,219
<b>Total</b>	Rp 13,834,316,215,007

Data Laporan *Fintech* 2018 menunjukkan bahwa ada 2,3 juta peminjam dari luar pulau Jawa yang terhitung per September 2018 dan 86% dari mereka tinggal

di Pulau Jawa. Pada bulan September 2018, ada lebih dari 7,2 juta transaksi telah terjadi, yang artinya dimana rata-rata setiap peminjam telah melakukan 3 transaksi pinjaman per bulan.

Dari hasil survey tersebut dapat diketahui bahwa peluang masuknya *fintech* di Indonesia cukup besar mengingat masih banyak masyarakat yang belum bisa terlayani oleh bank konvensional karena alasan tertentu. Dengan adanya *fintech* ini dapat meningkatkan produktivitas pada pelayanan jasa keuangan dengan lebih efisien. Secara tidak langsung juga dengan adanya *fintech* ini otomatis mendorong masyarakat untuk menerima teknologi baru yang sedang beredar. Masing-masing layanan *Fintech* menawarkan jasa pelayanan yang berbeda. Gambar 1.2 dibawah ini menunjukkan beberapa macam produk *Fintech*, salah satunya adalah Kredivo.



DailySocial<sup>id</sup>

Gambar 1.2 Beberapa Macam Produk *Fintech*  
(*Daily Social*)

Kredivo merupakan layanan *fintech* berbasis *payment* dan *lending*. Data survey *Daily Social* menunjukkan bahwa Kredivo merupakan *fintech* kedua terbanyak yang diminati nasabah setelah Akulaku. Sistem pelayanan dan persyaratan pengajuan yang mudah menjadikan *fintech lending* banyak diminati oleh nasabah. Pelayanan yang ada pada masing-masing perusahaan *fintech lending* tersebut merupakan salah satu strategi yang dirancang agar nasabah tertarik untuk



menggunakan aplikasi *fintech* tanpa mempertimbangkan faktor-faktor lain misalnya syarat dan ketentuan yang berlaku.

Dilihat dari sisi strategi perusahaan *fintech* yang gencar dalam mempromosikan produk dan pelayanan mereka, potensi kesalahan dalam mengambil keputusan dalam memilih *fintech* pun semakin besar. Pasalnya, tidak semua *Fintech* memberikan pelayanan fasilitas yang sama. Beberapa produk *fintech lending* yang tengah ramai dikalangan masyarakat ini, ternyata tidak sedikit pengguna yang belum mengetahui cara penggunaannya. Banyak kendala yang dilontarkan oleh beberapa pengguna baru *fintech lending* seperti produk tidak sesuai kebutuhan, penyebaran identitas dan nama baik apabila telat dalam membayar, penyalahgunaan *fintech lending*, penipuan, dan lain sebagainya.. Kendala – kendala tersebut juga dimanfaatkan oleh sebagian oknum yang tidak bertanggung jawab dimana oknum tersebut melakukan penipuan misalnya dengan cara pura-pura membantu dengan meminta id akun, password, dan kode rahasia agar segera diverifikasi / disetujui. Kurangnya informasi tentang prooduk *fintech lending* dan cara penggunaan atau kebingungan dalam menjalankan aplikasi dari *fintech lending* tersebut juga bisa menimbulkan masalah yang serius seperti keberatan dalam membayar bunga atau akun tidak diverifikasi pihak perusahaan. Untuk itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar masyarakat bisa menerima adanya teknologi baru tersebut, bagaimana kemudahan pengoperasiannya, seberapa besar manfaat yang didapat sehingga tetap menggunakan produk *fintech lending* dengan harapan agar terhindar dari permasalahan yang dikeluhkan oleh sebagian orang (penipuan, produk tidak sesuai kebutuhan, dan lain-lain).

Penelitian kali ini mengintegrasikan model antara *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan *The Unified Theory of Acceptance Use of Technology* (UTAUT). TAM merupakan model yang paling terkenal dan paling banyak digunakan untuk memahami penerimaan dan adopsi teknologi informasi, sistem informasi, dan inovasi, dan telah menjadi subjek berbagai penelitian sejak awal (Davis, 1986). Variabel TAM adalah *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude*, *Intention to use* dan *Use*. *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* adalah persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap

penggunaan *fintech lending*. *Intention to use* ditunjukkan dengan niat pengguna dalam mengakses dan menggunakan produk *fintech*. Sedangkan *use* adalah fase akhir penerimaan berupa penggunaan aktual dari *fintech lending* tersebut.

*The Unified Theory of Acceptance Use of Technology* (UTAUT) adalah suatu model yang bertujuan untuk menjelaskan maksud pengguna dalam menggunakan sistem informasi dan penggunaan berikutnya (Firdauzy, 2017). Variable UTAUT yang digunakan dalam penelitian ini adalah *social influence* dan *facilitating conditions*. *Social influence* adalah pengaruh lingkungan sosial dalam penggunaan pinjaman *online*, sedangkan *Facilitating conditions* adalah maksudnya kondisi yang mendukung untuk menggunakan aplikasi *fintech lending* tersebut.

Selain variabel dari TAM dan UTAUT, penelitian ini juga menambahkan variabel yaitu *Brand and Service Trust*. *Brand and service trust* adalah kepercayaan terhadap merek dan pelayanan suatu produk. Tingkat kepercayaan atau keyakinan ini didasarkan pada hubungan antara orang dan orang, orang dan benda, atau benda dan benda (Chuang et al., 2016). Misalnya pihak yang dipercayai tidak akan melakukan penipuan untuk mendapatkan manfaat dan kepercayaan (Chuang et al., 2016). Seseorang tidak akan mengambil tindakan yang beresiko bagi mitra dagang (Anderson dan Narus, 1990). Karena layanan *fintech* masih baru dan belum terlalu diketahui masyarakat; terkadang calon pengguna layanan *fintech* perlu mencari layanan melalui situs web. Ketika kualitas dan fungsi dari suatu produk tertentu tidak jelas, maka merek dapat membantu konsumen menentukan pilihan (Ratnasingam, 2003). Perusahaan dapat memanfaatkan reputasi nilai merek mereka, seperti stabilitas, sejarah panjang, dan kepercayaan untuk mengatasi pertanyaan kepercayaan konsumen. Sesuai dengan penelitian Veloutsou (2007) bahwa reputasi merek dan pelayanan suatu perusahaan berdampak positif pada kepercayaan konsumen. Ketika kepercayaan merek dan layanan dari konsumen tinggi, maka sikap terhadap keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu produk juga lebih positif. Ketika konsumen percaya bahwa informasi yang diberikan oleh perusahaan adalah jujur, konsumen akan mengambil sikap positif terhadap perusahaan ini.

Selanjutnya, variabel-variabel diatas akan diolah untuk dijadikan model dan dicari hubungan yang paling signifikan yang paling berpengaruh untuk mengetahui

tingkat penerimaan *fintech lending* terhadap pengguna. *Tools* yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM). Definisi SEM menurut Paquette & Burkholder (2013) merupakan teknik pemodelan statistik lanjutan yang sesuai untuk pengujian model eksploratif dan *confirmatory analysis*. *Structural Equation Modeling* (SEM) sendiri memiliki dua jenis tipe (Fornell dan Bookstein, 1982) yang dikenal dengan *covariance-based structural equation modelling* (CB-SEM) yang dikembangkan oleh Joreskog (1969) dan *partial least squares path modelling* (PLS-SEM) biasa disebut dengan *variance* atau *component-based structural equation modelling* yang dikembangkan oleh Wold (1974). Program atau *software* yang digunakan untuk penelitian ini adalah *SmartPLS 3.0*. *Partial Least Square* (PLS) sendiri merupakan metode yang kuat atau bisa disebut juga *soft modelling* dimana dalam metode ini meniadakan asumsi regresi seperti normalitas data dan tidak ada masalah multikolinearitas antar variabel eksogen (Wold, 1985). Wold (1985) mengembangkan *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji teori yang lemah dan data yang lemah seperti jumlah sampel yang kecil dan ada masalah dengan normalitas data. Dalam buku Imam Ghozali dan Hengky Latan (2015) *partial least squares path modelling* (PLS-SEM) bertujuan untuk menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat apakah ada hubungan atau pengaruh antar konstruk tersebut. Konsekuensi penggunaan *partial least squares path modelling* (PLS-SEM) adalah pengujian dapat dilakukan tanpa dasar teori yang kuat, mengabaikan beberapa asumsi (non-parametrik), dan parameter ketepatan model prediksi dilihat dari nilai koefisien determinasi (*R-square*).

Hasil yang akan didapat setelah menguji variabel-variabel tersebut dengan menggunakan *partial least squares path modelling* (PLS-SEM) adalah untuk memprediksi apakah ada hubungan atau pengaruh antar konstruk dari responden *fintech lending*.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude*, *intention to*

*use, use, social influence, facilitating conditions, dan brand and service trust* pada pengguna atau nasabah *fintech lending*.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Memodelkan variabel-variabel dalam mengintegrasikan TAM dan UTAUT.
2. Menentukan hipotesis dari variabel-variabel pada pendekatan TAM dan UTAUT.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh hipotesis variabel-variabel yang signifikan dari integrasi model TAM dan UTAUT pada penggunaan *financial technology lending*.
4. Menentukan kesimpulan hasil akhir yang didapat.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Dapat mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap penerimaan teknologi baru bagi penggunaan *fintech lending*.
2. Mengetahui respon perilaku masyarakat ketika ada teknologi baru.
3. Industri *financial technology lending* dapat mempertimbangkan variabel-variabel pada penelitian ini untuk menyusun strategi dalam menarik minat pengguna *fintech lending*.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Batasan yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Responden pada penelitian ini merupakan pengguna *fintech lending*.
2. Platform *fintech lending* yang digunakan responden untuk penelitian adalah *fintech lending* yang terdaftar dalam OJK.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Berikut merupakan sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini.

1. Bab I Pendahuluan

Pada bab pendahuluan, penulisan tesis ini dijelaskan mengenai pendahuluan yang memiliki konten latar belakang masalah yang menjadi dasar penulisan tesis, perumusan masalah yang akan dibahas, tujuan yang ingin disampaikan pada penelitian ini, manfaat yang diharapkan dari penelitian tesis ini, serta ruang lingkup yang digunakan selama penulisan tesis.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab tinjauan pustaka ini dijelaskan mengenai studi literatur yang digunakan sebagai dasar dalam pengerjaan tesis, meliputi literatur *review* dari *financial technology*, TAM, UTAUT, SEM dan roadmap penelitian. Teori-teori yang digunakan diambil dari berbagai sumber, diantaranya buku, jurnal, *website* resmi dan penelitian sebelumnya.

3. Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini menyajikan alur penelitian dimulai dari persiapan pelaksanaan penelitian hingga diperoleh hasil penelitian. Alur penelitian yang dilakukan ini diharuskan sesuai dengan tahapan ilmiah dari awal hingga akhir sehingga penelitian yang dilakukan tetap memiliki struktur yang baik dan benar.

4. Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini berisi tentang pengumpul data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yang selanjutnya akan diolah untuk menyelesaikan permasalahan utama sesuai dengan tujuan penelitian ini.

5. Bab V Analisa dan Pembahasan

Pada bab ini berisi tentang analisa dan pembahasan hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya di bab IV.

6. Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil olah dan analisa data. Pada bab ini juga berisi tentang saran mengenai pengembangan penelitian selanjutnya.

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini akan dibahas tentang tinjauan pustaka pendukung penelitian ini. Tinjauan pustaka penting dilakukan untuk mengetahui teori-teori yang terkait dengan penelitian secara mendalam.

#### **2.1 *Financial Technology (Fintech)***

*Financial technology* atau biasa dikenal dengan sebutan *fintech* adalah suatu kemajuan teknologi masakini dimana teknologi tersebut menjadi penghubung antara sektor finansial dengan pengguna atau masyarakat umum. Akhir-akhir *fintech* telah menarik banyak perhatian masyarakat. Industri finansial ini menyediakan berbagai macam layanan yaitu finansial, perbankan, dan asuransi dimana keputusan untuk mengadopsi teknologi guna untuk berinovasi dan berkembang telah menjadi perhatian lebih (Abyan, 2018).

Menurut Stein dan Dhar, *financial technology* merupakan sebuah inovasi dari sektor finansial yang melibatkan model bisnis yang telah terintegrasi dengan teknologi yang dapat memfasilitasi peniadaan perantara; dapat mengubah cara perusahaan yang sudah ada dalam membuat dan menyediakan produk dan layanan; dapat menangani masalah privasi, regulasi, dan tantangan hukum memberikan peluang untuk pertumbuhan yang inklusif. Selain itu, menurut Abyan (2018) meskipun *fintech* begitu banyak diminati oleh masyarakat dan dianggap bisa menggantikan bank konvensional dalam fasilitator masyarakat dalam bertransaksi finansial, tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa bank konvensional masih lebih unggul karena factor-faktor berikut :

1. bank konvensional telah menjadi tumpuan perekonomian dunia dan sudah memiliki nasabah yang loyal terhadap pelayanan bank konvensional
2. bank konvensional memiliki jumlah dana yang lebih banyak dibandingkan dengan *fintech*
3. bank konvensional memiliki infrastuktur yang memadai guna untuk pelayanan masyarakat tentang bank tersebut dan finansial

- bank konvensional memiliki data yang sangat besar yang berasal dari nasabah yang aktif maupun tidak aktif.

### 2.1.1 Beberapa macam produk fintech di Indonesia

Berdasarkan data dari OJK pada bulan September tahun 2019 ada 127 perusahaan *fintech lending* berizin dan terdaftar di OJK, diantaranya adalah Danamas, Koinworks, Modalku, Kredivo, Akulaku, Dompot Kilat, Uang Teman, dan lain-lain.

No.	Nama Platform	Website	Nama Perusahaan	Surat Tanda Berizin/Terdaftar	Tanggal
1.	Danamas	<a href="https://p.danamas.co.id">https://p.danamas.co.id</a>	PT Pasar Dana Pinjaman	KEP-48/OJK/2017	06 Juni 2017
2.	Koinworks	<a href="https://koinworks.id">https://koinworks.id</a>	PT Lunaria Anesa Teknologi	S-1802/NB.111/2017	04 Mei 2017
3.	Amartha	<a href="https://amartha.co.id">https://amartha.co.id</a>	PT Amarta Mikro-Fintek	S-2401/NB.111/2017	31 Mei 2017
4.	Investree	<a href="https://investree.id">https://investree.id</a>	PT Investree Radika Jaya	S-2492/NB.111/2017	31 Mei 2017
5.	Modalku	<a href="https://modalku.co.id">https://modalku.co.id</a>	PT Mitrausaha Indonesia Grup	S-2493/NB.111/2017	31 Mei 2017
6.	Danacepat	<a href="http://www.pendanaan.com">http://www.pendanaan.com</a>	PT Pendanaan Teknologi Nusantara	S-2831/NB.111/2017	02 Juni 2017
7.	AwanTunal	<a href="https://www.awantunal.com">https://www.awantunal.com</a>	PT SinergiFi Teknologi Indonesia	S-2838/NB.111/2017	02 Juni 2017
8.	KIKACC	<a href="https://kikacc.com">https://kikacc.com</a>	PT Awan Dermal Cepat	S-2793/NB.111/2017	15 Juni 2017
9.	CROWDO	<a href="https://crowdo.co.id">https://crowdo.co.id</a>	PT Mediator Komunitas Indonesia	S-2842/NB.111/2017	15 Juni 2017
10.	Akseleran	<a href="https://www.akseleran.com">https://www.akseleran.com</a>	PT Akseleran Keuangan Inovasi Indonesia	S-2963/NB.111/2017	27 Juni 2017

Gambar 2.1 Beberapa contoh *fintech* dari OJK  
(Data *Fintech Lending* Otoritas Jasa Keuangan)

Perkembangan teknologi keuangan berupa *fintech lending* tersebut mengakibatkan kemajuan pada produktivitas layanan, yang secara terus menerus dan secara tidak langsung telah memaksa konsumen untuk menerima produk teknologi baru dan membuka peluang pasar yang besar (Chuang, Liu and Kao, 2016a). Masing-masing produk *fintech* tersebut memiliki sistem pelayanan yang berbeda-beda serta berbagai macam limit, bunga, dan jangka waktu ditawarkan. Pendaftaran untuk menjadi nasabah pun tidak serumit pendaftaran di bank konvensional. Tidak seperti meminjam di bank konvensional yang berfokus pada skor kredit peminjam, *fintech lenders* menggunakan input yang berbeda dan sebuah



proses yang berbeda untuk mengevaluasi perspektif peminjam (Bruckner, 2018). Salah satu contoh produk *fintech lending* di Indonesia adalah Kredivo. Kredivo merupakan salah satu layanan *fintech* berbasis *payment* dan *lending*. Data survey *daily social* menunjukkan bahwa Kredivo merupakan *fintech* kedua terbanyak yang diminati nasabah setelah Akulaku. Sistem pelayanan dan persyaratan pengajuan yang mudah menjadikan *fintech lending* banyak diminati oleh nasabah. Berikut adalah contoh tampilan pendaftaran untuk menjadi nasabah salah satu produk *fintech*.



Gambar 2.2 Tata cara pendaftaran akun Kredivo

(Web page Kredivo)

Langkah-langkah daftar pada Kredivo :

1. buka aplikasi kredivo untuk memulai pendaftaran
2. pilih jenis akun kebutuhanmu (tertulis beberapa pilihan untuk besar limit dan tenor waktu pembayaran).
3. Foto KTP sesuai petunjuk pada aplikasi Kredivo.
4. Ambil foto diri kamu saat mendaftar untuk verifikasi.
5. Hubungkan akun digital yang telah mempunyai riwayat transaksi.
6. Untuk Akun Basic, setelah mengisi lengkap data diri kamu sudah menyelesaikan proses pendaftaran Kredivo.

7. Untuk Akun Premium, hubungkan akun digital dengan riwayat transaksi sebagai Bukti Tempat Tinggal.
8. Sambungkan juga akun internet banking sebagai Bukti Penghasilan.
9. Lengkapi seluruh data diri yang diminta sebagai proses terakhir dari pendaftaran.
10. Tunggu konfirmasi selanjutnya dari Kredivo (maksimum 24 jam)

Untuk cara berbelanja lewat Kredivo adalah sebagai berikut :

1. Masukkan item yang ingin dibeli ke keranjang.
2. Pilih metode pembayaran Kredivo.
3. Pilih tenor cicilan.
4. Login ke akun Kredivo dengan no. Hp dan PIN yang terdaftar.
5. Masukkan kode diskon Kredivo jika ada.
6. Masukkan OTP yang dikirimkan ke no. Hp terdaftar.
7. Klik kirim, maka pembayaran kamu akan diverifikasi langsung dan pesanan kamu segera diproses.

Untuk pendaftaran di Akulaku juga hampir sama langkah-langkahnya dengan Kredivo.



Gambar 2.3 Tata cara pendaftaran akun di Akulaku

(Web page Akulaku)

Berikut adalah tata cara pendaftaran akun di Akulaku :

1. Setelah download, registrasi, dan verifikasi aplikasi, buka menu Bills, tekan tombol ajukan sekarang.
2. Isi semua data dengan lengkap, Konfirmasi Facebook atau LinkedIn Anda untuk kepastian data. Setelah semua terisi, tekan tombol selanjutnya.
3. Upload KTP Anda, foto Anda memegang KTP, dan masukkan nomor KTP Anda dengan benar. Setelah semua terisi, tekan tombol selanjutnya.
4. Isi data kontak darurat : Keluarga, saudara, atau teman yang bisa dihubungi oleh pihak Akulaku. Setelah semua terisi, tekan tombol selanjutnya.
5. Lengkapi informasi usaha atau perusahaan tempat Anda bekerja. Setelah semua terisi, tekan tombol selanjutnya.
6. Lengkapi data pekerjaan Anda, upload foto id karyawan, slip gaji, atau foto Anda dengan papan nama perusahaan. Setelah semua terisi, tekan tombol selanjutnya.
7. Terakhir, tekan tombol merah, dan sebutkan angka yang tertera. Setelah semua terisi, tekan tombol SUBMIT.

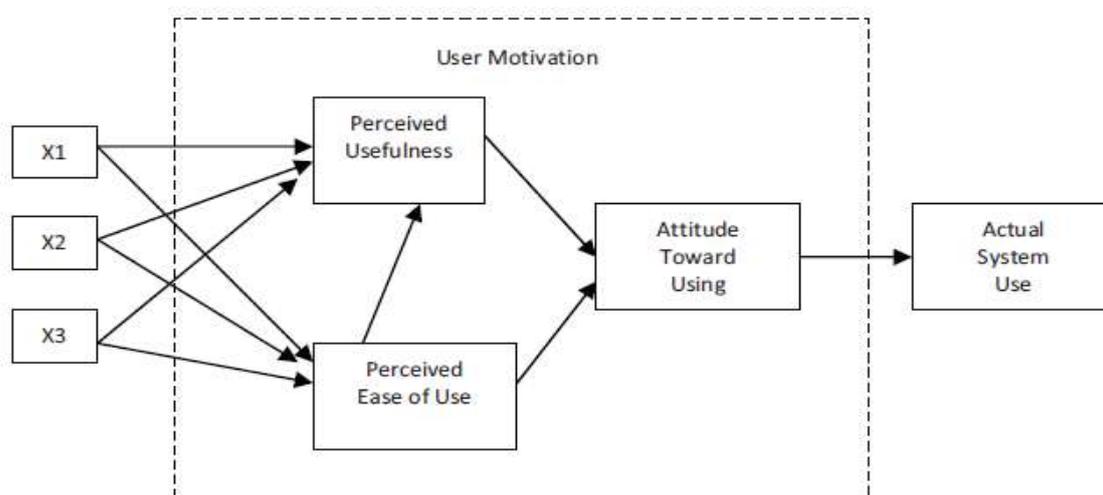
Pelayanan yang ada pada masing-masing perusahaan *fintech lending* tersebut merupakan salah satu strategi yang dirancang agar nasabah tertarik untuk menggunakan aplikasi *fintech* tanpa mempertimbangkan faktor-faktor lain misalnya syarat dan ketentuan yang berlaku. Dilihat dari sisi strategi perusahaan *fintech* yang gencar dalam mempromosikan produk dan pelayanan mereka, potensi kesalahan dalam mengambil keputusan dalam memilih *Fintech* pun semakin besar. Pasalnya, tidak semua *fintech* memberikan pelayanan fasilitas yang sama. Masih ada pemberitaan media tentang kendala yang dialami oleh para calon nasabah. Misalnya, salah satu kendala dari salah satu *fintech* yang dapat dialami oleh calon nasabah adalah pembatalan pinjaman sepihak tanpa ada pemberitahuan, tingkat suku bunga yang tiba-tiba naik drastis disetiap bulannya tanpa keterangan (channel

youtube : Hot Room, 30 April 2019), penyebaran identitas dan nama baik apabila telat dalam membayar, dan lain sebagainya. Hal ini membuat persepsi pengguna ragu untuk menggunakan layanan *fintech*.

## 2.2 Technology Acceptance Model (TAM)

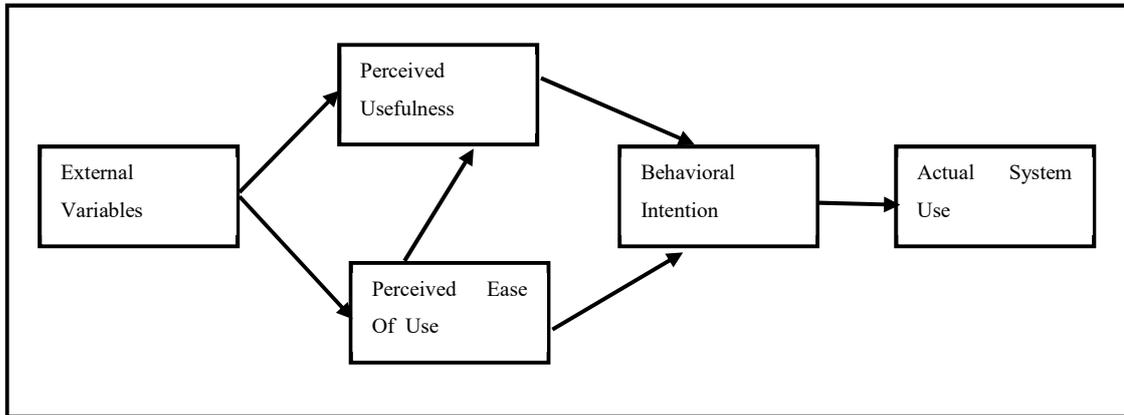
*Technology Acceptance Model* (TAM) adalah sebuah landasan teori untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan individu terhadap teknologi informasi. TAM ini berdasarkan pada *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang mana menyarankan bahwa perilaku sosial dimotivasi oleh perilaku dan niat untuk melakukan. Berdasarkan TRA, seorang individu sering berperilaku seperti yang mereka inginkan dalam konteks dan waktu yang tersedia. TAM merupakan salah satu model yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu sistem atau sistem informasi (Binus University, 2016).

Fred Davis adalah orang yang pertama kali memperkenalkan model TAM ini pada tahun 1986. Model penerimaan teknologi (TAM) (Davis, 1986) adalah model yang paling terkenal dan paling banyak digunakan untuk memahami penerimaan dan adopsi teknologi informasi, sistem informasi, dan inovasi, dan telah menjadi subjek berbagai penelitian sejak awal (Davis, 1986).



Gambar 2.4 Model Pertama kali diusulkan oleh Fred Davis tahun 1989  
(Davis, 1986)

Telah terjadi beberapa revisi model usulan tersebut oleh para ahli. Versi terakhir yang telah dikembangkan oleh Venkatesh & Davis pada tahun 1996 adalah sebagai berikut.



Gambar 2.5 Model Final yang diusulkan oleh Fred Davis & Venkatesh tahun 1996

(Venkatesh & Davis, 1996)

Konsep TAM:

1. *Attitude* : perasaan atau evaluasi positif atau negatif yang dihasilkan ketika seseorang menggunakan teknologi baru. Ketika seseorang memiliki sikap positif yang lebih tinggi terhadap penggunaan teknologi baru, niat perilaku akan relatif lebih tinggi. Hal ini ditentukan oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan.
  - 1). *The perceived usefulness* atau manfaat yang dirasakan adalah "sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya". Di sisi lain, ketika pengguna percaya bahwa teknologi baru itu berguna, pengguna akan memiliki sikap positif terhadap teknologi baru ini.
  - 2). *The perceived ease of use* atau kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah "sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi baru bebas dari usaha". Ketika teknologi baru dianggap oleh pengguna sebagai mudah digunakan, dan membutuhkan lebih sedikit tenaga dan waktu, maka teknologi baru lebih mungkin diterima oleh pengguna.
2. *Behavioral Intentions*: tingkat kemauan seseorang untuk menggunakan teknologi baru.

3. *External, Variable* atau Variabel eksternal : Faktor-faktor yang secara tidak langsung mempengaruhi perilaku, seperti variabel pribadi pengguna, karakteristik sistem, dan variabel lingkungan. Banyak sarjana telah berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi baru, termasuk *relative* keuntungan, kemudahan penggunaan, kompatibilitas, kemampuan uji coba, visibilitas, kemampuan menunjukkan hasil, gambar, dan kesukarelaan (Moore & Benbasat, 1991; Svendsen et al., 2013). Kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan akan mempengaruhi perilaku menggunakan teknologi baru, dan akan dipengaruhi oleh variabel eksternal termasuk karakteristik individu, karakteristik sistem, dan dukungan organisasi (Igarria et al., 1995). Studi ini mengumpulkan literatur penelitian yang relevan di masa lalu yang mempengaruhi penggunaan faktor teknologi baru, dan menemukan bahwa memang ada banyak sarjana mengadaptasi TAM sebagai kerangka teori utama dan mengembangkan banyak basis empiris.

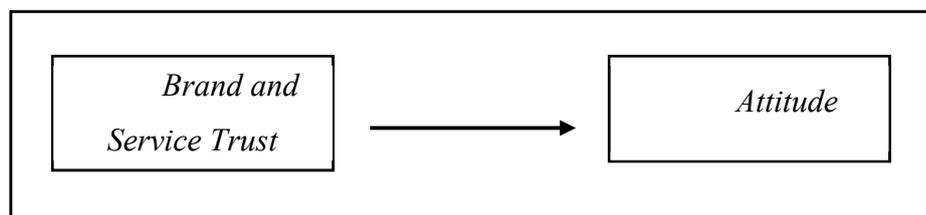
### **2.3 The Unified Theory of Acceptance Use of Technology (UTAUT)**

*The Unified Theory of Acceptance Use of Technology* atau biasa disebut dengan UTAUT adalah suatu model yang bertujuan untuk menjelaskan maksud pengguna dalam menggunakan sistem informasi dan penggunaan berikutnya (Firdauzy, 2017). Variable UTAUT yang digunakan dalam penelitian ini adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. *Performance expectancy* disini maksudnya adalah harapan dari kinerja *Fintech* tersebut. *Effort expectancy* maksudnya adalah usaha yang dikeluarkan kecil untuk menggunakan aplikasi *Fintech* guna mengajukan pinjaman, *Social influence* adalah pengaruh lingkungan social dalam penggunaan pinjaman *online*, sedangkan *Facilitating conditions* adalah maksudnya kondisi yang mendukung untuk menggunakan aplikasi pinjaman *online* tersebut.

Selain variable dari TAM dan UTAUT, penelitian ini juga menambahkan variable yaitu *Brand and Service Trust*. Kepercayaan didasarkan pada hubungan antara orang dan orang, orang dan benda, atau orang dan benda (Chuang et al., 2016a).

### 2.3.1 Efek dari *Brand and Service Trust* terhadap *Attitude* pada penggunaan *Fintech*

Ada beberapa elemen kepercayaan yaitu kejujuran, kebajikan, dan kompetensi yang mana kepercayaan itu sendiri berdasarkan pada hubungan antara orang dan orang, orang dan benda, atau orang dan benda (Doney & Cannon, 1997). Singh dan Sideshmukh (2000) mengatakan bahwa kepercayaan merupakan kredibilitas dan kebajikan, yang mana melibatkan kepercayaan dalam kemampuan, kepercayaan dalam kebajikan, dan kepercayaan dalam integritas serta bersedia bergantung pada pihak lain (Chuang et al., 2016b).



Gambar 2.6 Hubungan antara *Brand and Service Trust* dengan *Attitude*

Misalnya, seorang wali percaya wali amanat akan memenuhi kebutuhan wali amanat, dan akan percaya pada niat atau tindakan seseorang atau kelompok (Carnevale & Wechsler, 1992). Jadi pihak yang percaya berharap pihak yang akan dipercaya dapat menyelesaikan tindakan tertentu sesuai amanat tanpa harus memonitor atau mengendalikan (Mayer et al., 1995). Pihak yang dipercayai tidak akan menggunakan penipuan untuk mendapatkan manfaat dan kepercayaan (Chuang et al., 2016a). Lee dan Turban (2001) mengasumsikan bahwa kepercayaan adalah keyakinan, harapan, atau perasaan tentang barang-barang tertentu, anteseden tertentu akan meningkatkan atau mempertahankan tingkat kepercayaan yang akan mempengaruhi kepercayaan kedua belah pihak pada transaksi. Seseorang tidak akan mengambil tindakan tak terduga yang akan menghasilkan hasil negatif atau risiko bagi mitra dagang (Anderson dan Narus, 1990). Karena Layanan *Fintech* masih baru dan belum terlalu diketahui masyarakat; terkadang pengguna Layanan *Fintech* perlu mencari layanan melalui situs web. Ketika kualitas dan fungsi yang relevan dari produk tidak jelas, merek dapat membantu konsumen menentukan pilihan (Ratnasingam, 2003). Perusahaan dapat memanfaatkan reputasi nilai merek

mereka, seperti stabilitas, sejarah panjang, dan kepercayaan untuk mengatasi pertanyaan kepercayaan konsumen. Reputasi merek dan layanan perusahaan memiliki efek positif pada kepercayaan pada konsumen (Veloutsou, 2007). Ketika kepercayaan merek dan layanan dari konsumen lebih tinggi, sikap terhadap pembelian lebih positif. Ketika konsumen percaya bahwa informasi yang diberikan oleh perusahaan adalah jujur, konsumen akan mengambil sikap positif terhadap perusahaan ini. Karenanya, definisi sesungguhnya dari "kepercayaan merek dan layanan" dalam hal ini studi adalah "tingkat pengaruh yang reputasi perusahaan, kualitas situs web, dan keamanan sistem terhadap niat perilaku konsumen untuk menggunakan Layanan *Fintech*".

#### **2.4 Structural Equation Modelling (SEM)**

Pengertian dari *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah suatu teknik analisis multivariat yang dikembangkan untuk menutupi kekurangan yang dimiliki oleh model analisis sebelumnya yang telah digunakan secara luas dalam penelitian statistika (Nur Sasongko and Rusgiyono, 2016). Pengertian lain dari *Structural equation modeling* (SEM) adalah multivariat yang menggabungkan aspek faktor analisis dan regresi berganda yang memungkinkan peneliti untuk secara bersamaan menguji serangkaian hubungan ketergantungan yang saling terkait antara variabel yang diukur dan konstruk laten serta antara beberapa konstruksi laten (Hair et al., 2014). Kegiatan yang dapat dilakukan dalam analisis Model SEM antara lain pengecekan realibilitas instrument (analisis faktor konfirmatori) dan validitas, pengujian model hubungan antar variabel (analisis jalur) dan kegiatan untuk mendapatkan model yang sesuai dengan hipotesis atau prediksi (analisis regresi atau analisis model struktural) (Sugiyono, 2017).

Keunggulan SEM dalam Nur Sasongko (2016) pada penelitian antara lain :

1. Dapat menguji hubungan kausalitas, validitas, dan reliabilitas sekaligus.
2. Dapat digunakan untuk melihat pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel.
3. Menguji beberapa variabel dependen sekaligus dengan beberapa variabel independen.



4. Dapat mengukur seberapa besar variabel indikator mempengaruhi variabel faktornya masing-masing.
5. Dapat mengukur variabel faktor yang tidak dapat diukur secara langsung melalui variabel indikatornya.

Dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) ada dua macam pendekatan, yaitu SEM yang berbasis *covariance* (*Covariance Based-SEM*, *CB-SEM*) dan SEM dengan pendekatan berbasis *variance* (*VB-SEM*) dengan teknik *Partial Least Squares Path Modeling* (*PLS-SEM*) (Hair et al., 2017).

#### **2.4.1 Covariance Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) dan Partial Least Square (PLS)**

Kegunaan CB-SEM pada umumnya adalah untuk mengkonfirmasi (atau menolak) teori dari sekumpulan hubungan sistematis antara multiple variabel yang dapat diuji secara empiris. Pengujian tersebut dapat dilakukan dengan menentukan seberapa baik model teori yang diusulkan dapat diestimasi oleh matrix kovarian dari sejumlah sampel data (Desribeth, 2019).

*Partial Least Square* (PLS) secara umum digunakan untuk pengembangan teori dalam penelitian eksploratori yang dilakukan dengan berfokus pada varians variabel dependen yang dapat dijelaskan (Desribeth, 2019). Mengalisi variabel laten yang dibentuk dengan indikator reflektif dan indikator formatif dapat sekaligus dilakukan dengan *Partial Least Square* (PLS) (Cahyaningrum, et al., 2015). Dalam buku Prof. Imam Ghozali, Fornell dan Bookstein (1982) menjelaskan bahwa variabel atau konstruk yang berbentuk seperti personalitas atau sikap umumnya dipandang sebagai faktor yang menimbulkan sesuatu yang kita amati sehingga realisasi indikatornya berbentuk **reflektif**. Sedangkan, jika variabel atau konstruk merupakan kombinasi penjelas indikator (seperti perubahan penduduk atau bauran pemasaran) yang ditentukan oleh kombinasi variabel maka indikator harus berbentuk **formatif**.

Mengetahui arah indikator yang benar sangatlah penting agar dapat mengevaluasi hubungan antar variabel laten dengan indikatornya dan tidak terjadi kesalahan / *error*. Ada dua tipe *error* dalam buku Prof. Imam Ghozali yaitu *Type I*

*Error* dimana peneliti menggunakan indikator formatif untuk melakukan operasionalisasi konstruk reflektif. Dan *Type II Error* dimana ketika peneliti menggunakan indikator reflektif untuk melakukan operasionalisasi konstruk formatif.

Tabel 2.1 Kesalahan Pemilihan Indikator

<b>Kesalahan Pemilihan Indikator</b>	<b>Reflektif</b>	<b>Formatif</b>
Reflektif	Correction Decision	Type I Error
Formatif	Type II Error	Correction Decision

Sumber : Buku Prof. Imam Gozhali

Berikut adalah kriteria untuk menentukan arah indikator suatu konstruk apakah reflektif atau formatif menurut Jarvis et al. (2003) dan MacKenzie (2003).

Tabel 2.2 Menentukan Arah Indikator Suatu Konstruk Apakah Reflektif atau Formatif

<b>Kriteria</b>	<b><i>Reflective Model</i></b>	<b><i>Formative Model</i></b>
1. Arah hubungan kausalitas antara konstruk dan indikator dari definisi konseptual	Arah kausalitas dari konstruk ke indikator (items)	Arah kausalitas dari indikator (items) ke konstruk
Apakah indikator (items) (a) Mendefinisikan karakteristik konstruk (b) Manifestasi terhadap konstruk	Indikator manifestasi terhadap konstruk	Indikator mendefinisikan karakteristik konstruk
Apakah perubahan pada indikator mengakibatkan perubahan pada konstruk ataukah tidak ?	Perubahan pada indikator tidak menyebabkan perubahan pada konstruk	Perubahan pada indikator mengakibatkan perubahan pada konstruk
Apakah perubahan pada konstruk mengakibatkan perubahan pada indikator ?	Perubahan pada konstruk mengakibatkan perubahan pada indikator	Perubahan pada konstruk tidak menyebabkan perubahan pada indikator
2. Apakah indikator atau items dapat dipertukarkan	Indikator dapat dipertukarkan	Indikator tidak dapat dipertukarkan

Haruskah indikator memiliki konten yang sama ? atau indikator memiliki tema yang sama ?	Indikator harus memiliki konten yang sama dan indikator perlu memiliki tema yang sama	Indikator tidak harus memiliki konten yang sama dan indikator tidak perlu memiliki tema yang sama
Apakah dengan menghilangkan satu indikator akan mengubah makna konstruk?	Menghilangkan satu indikator tidak akan mengubah makna konstruk	Menghilangkan satu indikator akan mengubah makna konstruk
3. Apakah terdapat kovarian antar indikator	Indikator diharapkan memiliki kovarian satu sama lainnya	Tidak perlu ada kovarian antar indikator
Apakah perubahan pada satu indikator berhubungan dengan perubahan indikator lainnya ?	Tidak harus	Ya
4. Nomological dari indikator konstruk	Nomological tidak harus berbeda	Nomological indikator berbeda
Apakah indikator (items) diharapkan memiliki anteseden dan konsekuen yang sama ?	Indikator disyaratkan memiliki anteseden dan konsekuen yang sama	Indikator tidak disyaratkan memiliki anteseden dan konsekuen yang sama

Sumber: Buku Prof. Imam Gozhali (diadopsi dari Jarvis et al. (2003): MacKenzie (2003) dan Peter et al. (2007))

Hair, *et al.*, (2014) menyatakan bahwa ukuran sampel minimum dalam analisis SEM-PLS adalah sama atau lebih besar ( $\geq$ ) dari kondisi:

1. 10 x dari jumlah indikator terbesar yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk.
2. 10 x dari jumlah jalur struktur terbesar yang mengarah kepada suatu konstruk tertentu.

Pedoman tersebut disebut aturan 10 x (*10 time rule of thumb*) yang secara praktis adalah 10x dari jumlah maksimum anak panah (jalur) yang mengenai sebuah variable laten dalam model PLS. Sebagai alternatif dari dua aturan diatas, peneliti dapat menggunakan program *G\*Power* untuk melakukan spesifikasi kekuatan analisis pada susunan model.

Tabel 2.3 Rekomendasi Ukuran Sampel PLS (Hair, *et al.*, 2014)

Maximum Number of Arrows Pointing at a Construct	Significance Level											
	1%				5%				10%			
	Minimum R <sup>2</sup>				Minimum R <sup>2</sup>				Minimum R <sup>2</sup>			
	0,10	0,25	0,50	0,75	0,10	0,25	0,50	0,75	0,10	0,25	0,50	0,75
2	158	75	47	38	110	52	33	26	88	41	26	21
3	176	84	53	42	124	59	38	30	100	48	30	25
4	191	91	58	46	137	65	42	33	111	53	34	27
5	205	98	62	50	147	70	45	36	120	58	37	30
6	217	103	66	53	157	75	48	39	128	62	40	32
7	228	109	69	56	166	80	51	41	136	66	42	35
8	238	114	73	59	174	84	54	44	143	69	45	37
9	247	119	76	62	181	88	57	46	150	73	47	39
10	256	123	79	64	189	91	59	48	156	76	49	41

Sumber : Hair et al., 2014

Tabel 2.1 menunjukkan ukuran sampel minimum yang direkomendasikan untuk mendeteksi nilai  $R^2$  minimum pada nilai 0.10, 0.25, 0.50 dan 0.75 dengan level signifikansi 1%, 5%, dan 10%, yang mengasumsikan level kekuatan statistik secara umum 80%.

Tabel 2.4 Perbandingan PLS dengan CBSEM

Kriteria	PLS (VBSEM)	CB-SEM
Tujuan penelitian	Untuk mengembang teori atau membangun teori	Untuk menguji teori atau mengkonfirmasi teori
Kemampuan analisis	Tepat untuk model prediksi dengan dasar teori lemah	Tepat untuk model estimasi (orientasi parameter) dan perlu dasar teori yang kuat
Pendekatan	<i>Variance</i>	<i>Covariance</i>
Evaluasi model	Tidak mensyaratkan data terdistribusi normal dan estimasi parameter dapat langsung dilakukan tanpa persyaratan <i>goodness of fit</i> . Data tidak harus dengan pengukuran skala tertentu dan jumlah sampel tidak harus besar	Mensyaratkan data terdistribusi normal dan memenuhi kriteria <i>goodness of fit</i> sebelum estimasi parameter
Kelemahan	Lemah secara dasar statistika dalam mengestimasi model	Rumit dan mensyaratkan data set yang besar, asumsi normalitas dan indikator yang bersifat reflektif
Pengujian Signifikansi	Tidak dapat diuji dan difalsifikasi (harus melalui prosedur <i>bootstrap</i> atau <i>jackknife</i> )	Model dapat diuji dan difalsifikasi
Model Struktural	Model dengan kompleksitas besar dengan banyak konstruk dan banyak indikator	Model dapat berbentuk <i>recursive</i> dan <i>non-recursive</i> dengan tingkat kompleksitas kecil sampai menengah.

Sumber : diadopsi dari Chin dan Newsted (1999), Hair *et al.* (2010), Hair *et al.* (2011)

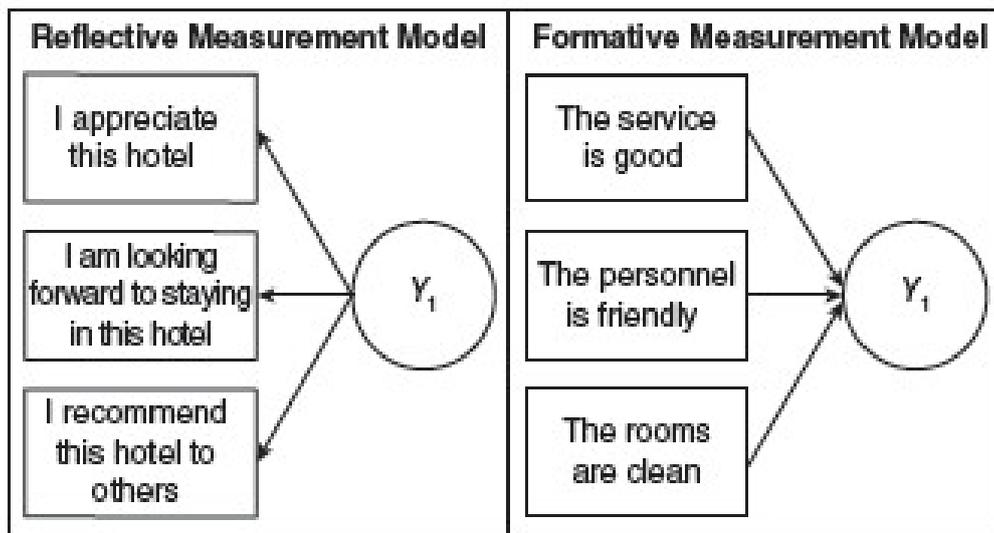
Prosedur pengapikasian PLS-SEM (Desribeth, 2019) adalah sebagai berikut :

1. Menentukan Model Struktural

Dalam PLS-SEM, model struktural disebut juga *inner model*, yaitu model yang menggambarkan hubungan antara variabel laten. Tahap awal penelitian ini adalah menyiapkan diagram yang menggambarkan hipotesis penelitian dan menampilkan hubungan variabel / konstruk yang akan diuji. Diagram tersebut disebut juga model jalur. Pengertian model jalur yaitu suatu diagram yang menghubungkan variabel / konstruk berdasarkan pada teori dan logika untuk memperlihatkan tampilan hipotesis secara visual yang akan diuji.

2. Menentukan Model Pengukuran

Ada dua bentuk model pengukuran dalam PLS-SEM, yaitu *reflective measurement model* (Mode A) dan *formative measurement model* (Mode B). Pada tahap ini, peneliti harus menentukan bentuk model penelitian yang akan digunakan. Pengertian model pengukuran atau *outer model* yaitu model yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dengan indikatornya. Ada beberapa pengujian untuk evaluasi model pengukuran. Pengujian tersebut akan disesuaikan dengan bentuk model (reflektif atau formatif).



Gambar 2.7 Spesifikasi Model PLS-SEM (Hair et al., 2017)

### 3. Pengumpulan dan Pemeriksaan data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data dan pemeriksaan data sebelum masuk ke dalam pengujian PLS-SEM yang menggunakan bantuan *software SmartPLS 3.0*. Pemeriksaan data bertujuan agar data yang akan diolah menggunakan *SmartPLS 3.0* telah memenuhi syarat sehingga tidak menimbulkan interpretasi hasil yang salah.

### 4. Estimasi *Path Model PLS*

Hasil evaluasi data menggunakan PLS-SEM melalui proses yang sistematis. PLS-SEM bertujuan untuk memaksimalkan  $R^2$  dari variabel endogen dalam model jalur PLS.

### 5. Interpretasi data

Interpretasi data ini merupakan tahap akhir dari PLS-SEM. Interpretasi data yang dilakukan berdasarkan pada hasil yang diperoleh dari pengolahan data sebelumnya.

## 2.5 **Roadmap Penelitian**

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini.

Penelitian dari Li-Min Chuang dkk. (2016) mengamati tentang niat perilaku konsumen dalam menggunakan layanan *Fintech*. Penelitian ini didasarkan pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang mengintegrasikan kepercayaan merk dan layanan (*Brand and Service Trust*) untuk memahami pengaruh pada niat perilaku. Setelah dilakukan penelitian dan pengolahan data, didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa kepercayaan merk dan layanan (*Brand and Service Trust*) memiliki pengaruh yang positif secara signifikan terhadap penggunaan layanan *Fintech*. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap penggunaan. Sikap terhadap penggunaan juga memiliki efek yang positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan layanan *Fintech*. Pada penelitian ini, penulis menyarankan bahwa penelitian masa depan dapat diperluas untuk objek sampel ke industri lain, dan belajar lebih banyak tentang berbagai bidang penerimaan konsumen dari pendekatan Layanan *Fintech*.

Penelitian dari Mijail Naranjo Zolotof dkk. (2017) membahas tentang warga negara yang berpartisipasi melalui media elektronik (Teknologi Informasi dan Komunikasi) dalam pembuatan dan pengambilan keputusan untuk menjadikan administrasi public partisipatif, inklusif, kolaboratif, dan deliberative untuk tujuan intrinsic dan instrumental. Penelitian ini mengeksplorasi faktor-faktor utama yang mendorong penerimaan e-partisipasi. Penulis mengidentifikasi prediktor terbaik dan menjanjikan untuk model e-partisipasi adalah kepercayaan, ekspektasi bisnis, persepsi kegunaan, sikap, kepercayaan pada pemerintah dan pengaruh sosial pada niat untuk menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan dalam persepsi kegunaan, persepsi kegunaan dalam sikap, dan niat untuk digunakan dalam penggunaan. Penelitian ini memberikan tinjauan luas tentang kinerja 483 hubungan yang digunakan dalam model penelitian untuk mempelajari e-partisipasi, yang memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi tren, dan menyoroti masalah dalam penggunaan beberapa konstruksi masa depan.

Penelitian dari M. Alfin Abyan (2018) ini membahas tentang *Financial Technology* atau biasa disebut dengan *Fintech* yang berpotensi menjadi salah satu solusi untuk mengatasi masalah yang dialami oleh masyarakat khususnya yang bertempat tinggal jauh dari kota. Peranan teknologi ini adalah membantu masyarakat yang bertempat tinggal jauh dari perkotaan dan kekurangan fasilitas dalam bertransaksi secara finansial.

Penelitian dari Milian dkk. (2019) membahas tentang literature *Fintech* dan agenda penelitian yang bertujuan untuk mempersempit kesenjangan dalam literatur seperti kurangnya konsensus tentang definisi istilah dalam literatur ilmiah dan topik penelitian. Penelitian ini juga bertujuan untuk menyelidiki konsep *Fintech*, memetakan literature, menunjukkan rute dan peluang baru dilapangan. Tujuan dari Tinjauan Literatur Sistematis (SLR) dilakukan adalah untuk menggambarkan bidang kegiatan *Fintech*, mengusulkan kategorisasi untuk literatur ini, menyoroti masalah utama yang ditangani hingga saat ini dalam publikasi sampel, dan menunjukkan hal-hal baru untuk melanjutkan penelitian di bidang ini. Hasilnya menunjukkan serangkaian definisi untuk istilah *Fintech* dan menyarankan pemahaman yang komprehensif tentang *Fintech*, karena perusahaan inovatif yang aktif dalam industri keuangan memanfaatkan ketersediaan komunikasi, kehadiran

internet, dan pemrosesan informasi secara otomatis. Selain itu, literatur berfokus pada layanan keuangan dan inovasi, berurusan dengan masalah peraturan industri keuangan dan hukum lokal atau sistem keuangan global.

Penelitian dari Ririn Widiyasari dan Mutiarani (2011) membahas tentang apa saja yang mempengaruhi motivasi belajar mahasiswa FIP UMJ menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbantuan program LISREL. Tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi motivasi belajar mahasiswa. Bagaimana pengaruh antara cara belajar, fasilitas belajar dan lingkungan belajar terhadap motivasi belajar mahasiswa, serta faktor mana yang paling berpengaruh terhadap motivasi belajar mahasiswa, apakah faktor-faktor tersebut berpengaruh secara signifikan. Kualitas cara belajar yang baik akan mempengaruhi hasil belajar yang diharapkan. Untuk metode pengambilan data, penulis menggunakan kuisioner dengan skala likert dan untuk analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel laten cara belajar dan lingkungan belajar berpengaruh positif terhadap motivasi belajar dan fasilitas belajar berpengaruh negatif terhadap motivasi belajar.



Tabel 2.5 Road Map Penelitian

No.	Nama Peneliti	Tahun	Judul	Objek	Metode Penelitian					
					<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	<i>Structural equation model (SEM)</i>	<i>Brand and Service Trust</i>	<i>The Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i>	<i>Fintech</i>	<i>Future Reasearch</i>
1.	Li-Min Chuang, Chun-Chu Liu & Hsiao-Kuang Kao	2016	<i>The Adoption of Fintech Service: TAM perspective</i>	<i>Fintech Service</i>	v	v	v		v	Penelitian masa depan dapat diperluas objek penelitiannya dengan sampel ke industri lain, dan untuk mempelajari lebih lanjut tentang berbagai bidang penerimaan konsumen dari pendekatan Layanan Fintech.
2	Mijail Naranjo Zolotov , Tiago Oliveira, & Sven Casteleyn	2017	<i>E-participation adoption models research in the last 17 years: A weight and meta-analytical review</i>	<i>E-participation</i>	v			v		Dimasukkannya variabel baru atau hampir tidak dieksplorasi seperti dimensi budaya dalam studi primer disarankan untuk penelitian masa depan pada adopsi e-partisipasi.
3.	Milian et al.	2019	<i>Fintechs: A literature review and research agenda</i>	<i>Fintech</i>					v	Studi selanjutnya dapat dilakukan dengan membandingkan dan memvalidasi hasil yang disajikan di sini, terutama dengan kriteria pencarian dan basis data yang diperluas.

Tabel 2.5 Road Map Penelitian (Lanjutan)

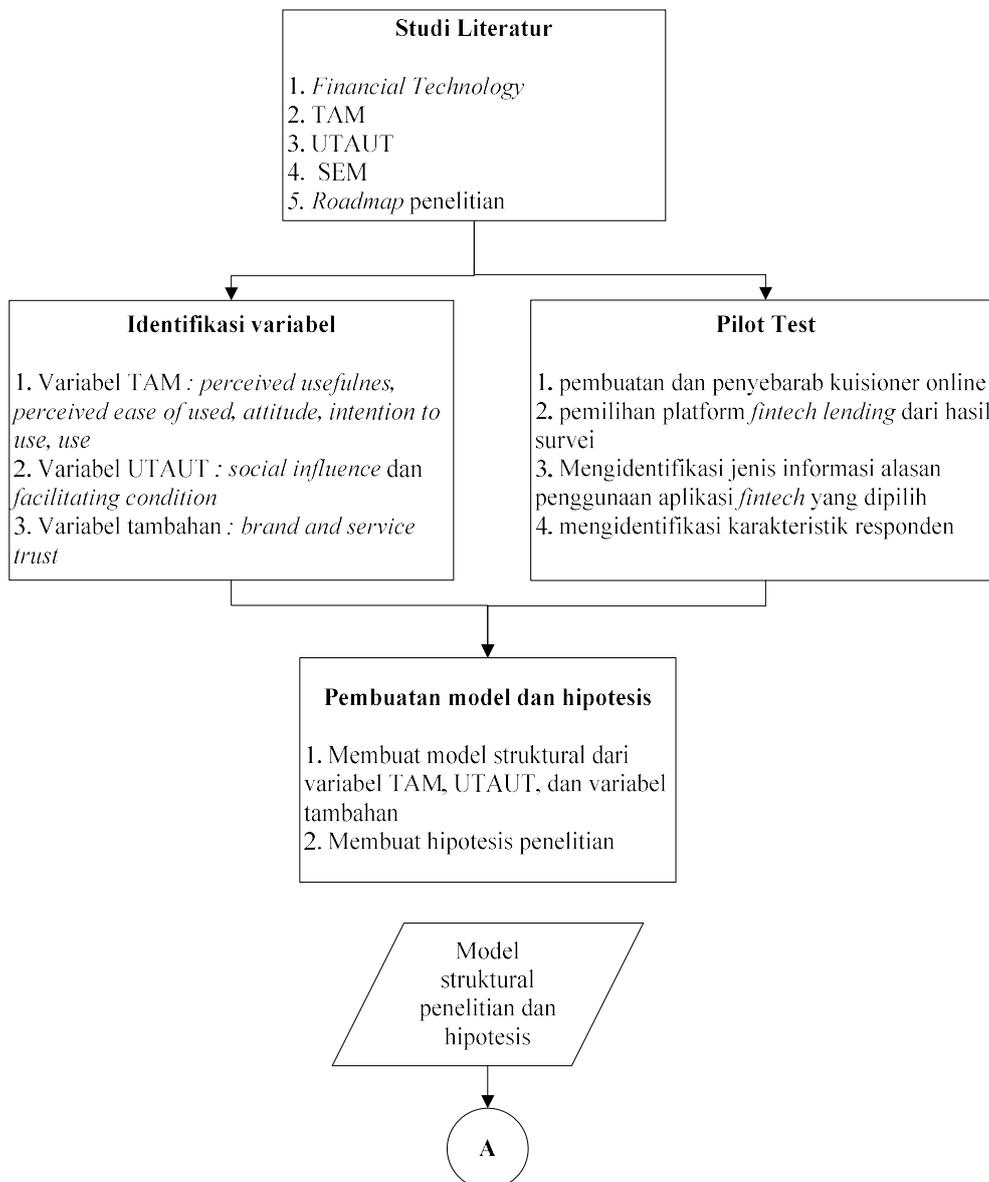
No.	Nama Peneliti	Tahun	Judul	Objek	Metode Penelitian						
					<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	<i>Structural equation model (SEM)</i>	<i>Brand and Service Trust</i>	<i>The Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i>	<i>Fintech</i>	<i>Future Reasearch</i>	
4.	Yong-Hui Li, Jing-Wen Huang	2009	<i>Applying Theory of Perceived Risk and Technology Acceptance Model in the Online Shopping Channel</i>	<i>Online Shopping Channel</i>	v						Penelitian di masa depan mungkin memeriksa lebih banyak pengguna web seperti yang lebih tua, kurang berpendidikan, dan kurang berpengalaman di Internet untuk memvalidasi model yang lebih umum
5.	Julapa Jagtiana, Kose John	2018	<i>Fintech: The Impact on Consumers and Regulatory Responses</i>	<i>Fintech lending</i>					v		Apakah perluasan akses kredit ke konsumen melalui platform Fintech akan mengakibatkan konsumen menjadi terlalu tinggi dan menyebabkan kerugian dalam jangka panjang adalah topik yang menarik untuk penelitian di masa depan
6.	Jared M. Hansen, George Saridakis, Vladlena Benson	2018	<i>Risk, trust, and the interaction of perceived ease of use and behavioral control in predicting consumers' use of social media for transactions</i>	<i>Social media for transaction</i>	v						penelitian masa depan (yang melibatkan beberapa penelitian mengingat jumlah elemen) dapat melihat interaksi antara TAM, TCB, Model Motivasi, dan UTAUT dan model lainnya, seperti yang terdaftar di Hansen dan Levin (2016).



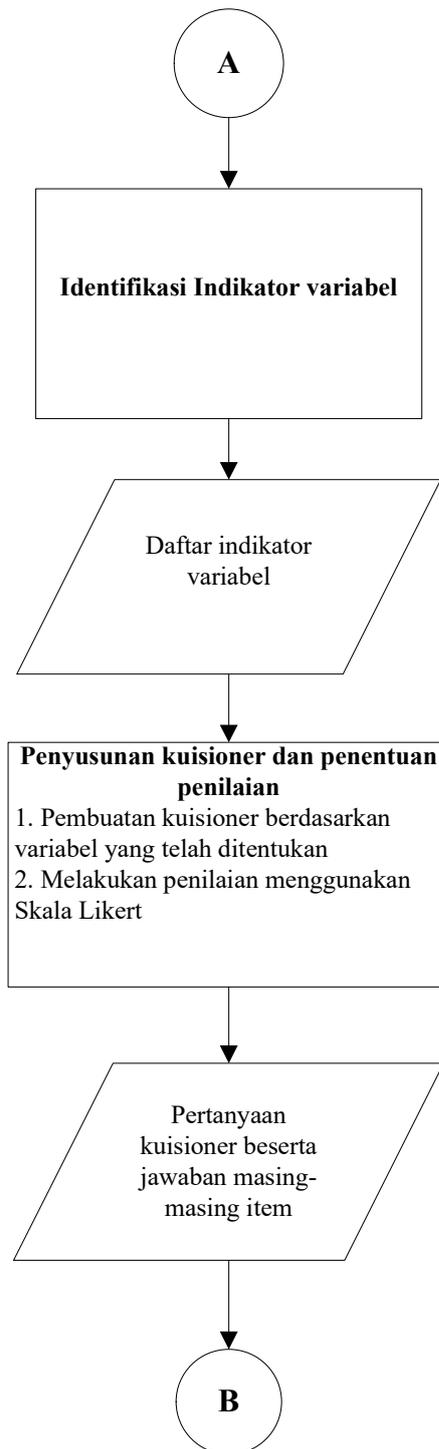
## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

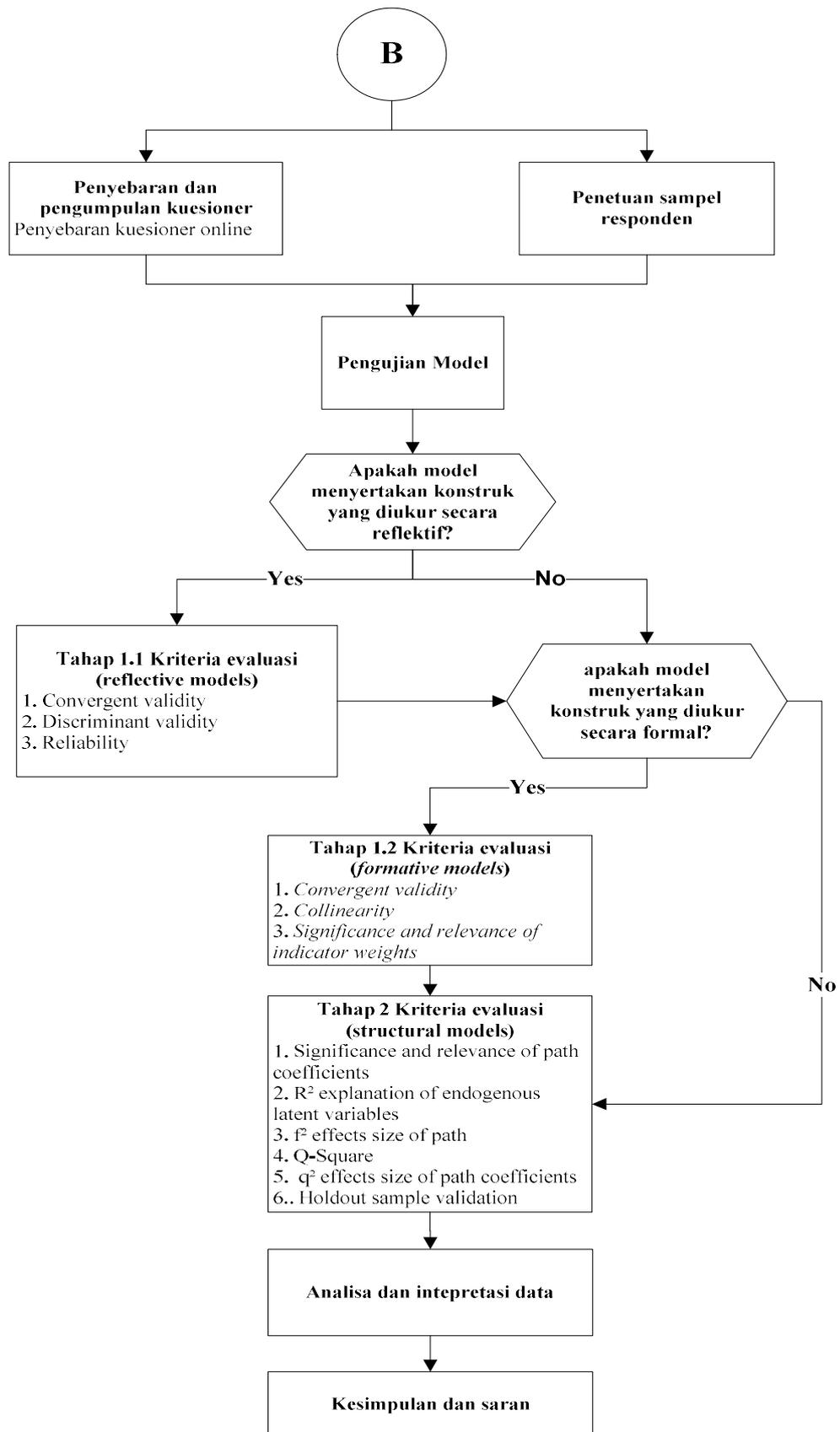
Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang akan digunakan. Bab ini berisi langkah-langkah dalam melakukan penelitian. Metodologi penelitian ini berguna sebagai pedoman terhadap penelitian tersebut agar sesuai alur yang telah ditentukan. Berikut adalah *flowchart* yang menggambarkan alur metodologi penelitian ini.



Gambar 3.1 *Flowchart* Penelitian



Gambar 3.1 *Flowchart* Penelitian (Lanjutan)



Gambar 3.1 *Flowchart* Penelitian (Lanjutan)

### **3.1 Studi Literatur**

Pada studi literatur ini membahas tentang kumpulan teori-teori pendukung yang diperlukan pada penelitian ini. Teori-teori tersebut antara lain adalah *Financial Technology*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, dan *The Unified Theory of Acceptance Use of Technology (UTAUT)* dengan variable tambahan *brand and service trust*. Tools yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *Partial Least Square-Structural Equation Modelling (SEM)*.

### **3.2 Identifikasi variabel**

Identifikasi variabel disini adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari integrasi antara TAM dan UTAUT yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude*, *intention tu use*, *use*, *social influence*, dan *facilitating conditions*.

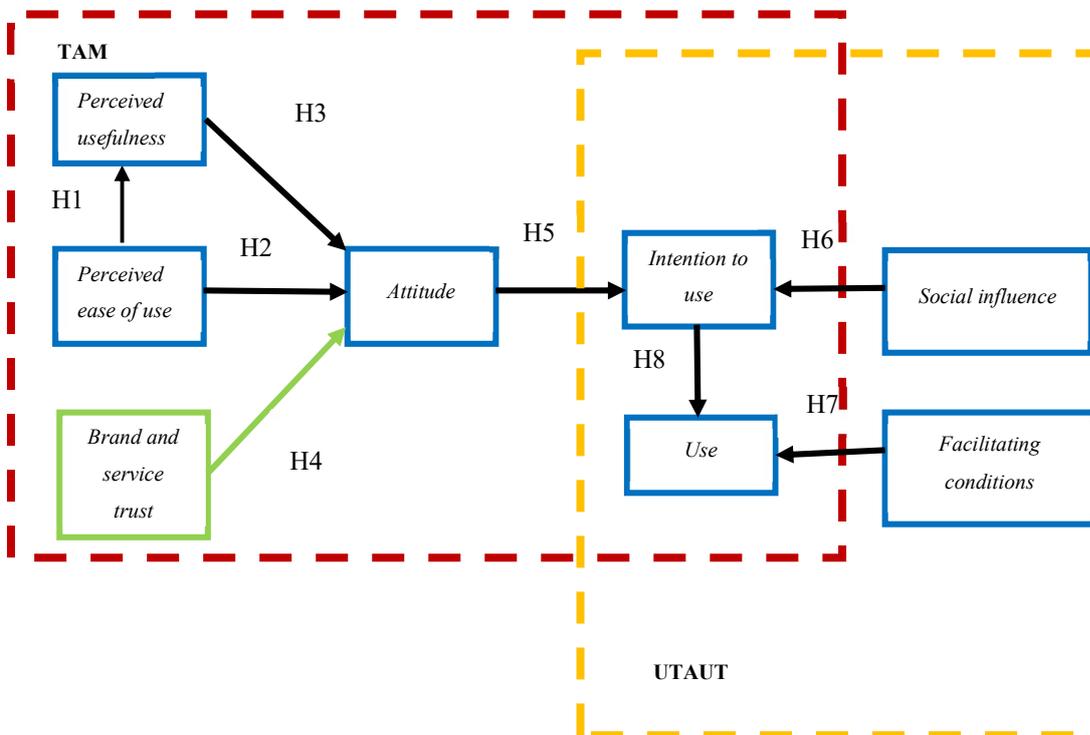
### **3.3 Pilot Test**

Pada penelitian ini dilakukan *pilot test* yang bertujuan untuk menentukan *platform Fintech lending* yang akan diamati, karakteristik responden, dan informasi tentang *fintech lending* serta alasan penggunaan aplikasi *fintech lending* pilihan responden. *Pilot test* berupa kuisisioner dengan beberapa pertanyaan seperti nama responden, jenis kelamin, tanggal lahir, jenis pekerjaan, asal responden, lama pengalaman menggunakan aplikasi *fintech lending*, jenis produk *fintech lending* yang paling diminati untuk mencari informasi *fintech*, dan alasan pemilihan produk *fintech lending*.

### **3.4 Pembuatan Model dan Hipotesis**

Subbab ini menjelaskan tentang pembuatan model dan hipotesis yang digunakan pada penelitian ini. Variabel yang digunakan pada penelitian ini berasal dari integrasi model TAM dan UTAUT serta tambahan variabel baru, yaitu *brand and service trust*. Variabel TAM terdiri dari *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude*, *intention to use*, dan *use*. Variabel UTAUT terdiri dari *social influence* dan *facilitating conditions*. Variabel *intention to use* dipengaruhi oleh variabel UTAUT dan *intention to use* dapat mempengaruhi variabel *use*. Sebelum

membuat model struktural dan hipotesis penelitian, harus ditentukan dahulu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain di dalam model. Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain dalam model. Variabel yang termasuk dalam variabel independen terdiri dari *brand and service trust*, *social influence*, dan *facilitating condition*. Sementara itu untuk variabel dependen terdiri dari *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude*, *intention to use*, dan *use*.



Gambar 3.4 Model Struktural dan Hipotesis Penelitian



### 3.4.1 Definisi Variabel

Untuk analisa lebih lanjut, maka digunakan variabel dibawah ini :

A. Variabel untuk TAM :

1. *Perceived Ease Of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

*Perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) yaitu dimana seseorang memiliki persepsi bahwa menggunakan sebuah teknologi tertentu akan memudahkan seseorang dalam mengerjakan suatu pekerjaan (Venkatesh et al., 2003). Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian ini yang ingin mengetahui seberapa besar penerimaan seseorang terhadap teknologi baru berupa *fintech lending*. Penelitian Davis (1989) juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dapat mengetahui alasan pengguna menggunakan teknologi tersebut dan dapat menjelaskan bahwa teknologi tersebut dapat diterima oleh pengguna. Oleh karena itu variabel ini perlu digunakan sebagai langkah awal dalam mengetahui penerimaan sebuah teknologi baru.

2. *Perceived Usefulness* (Persepsi Kebermanfaatan)

*Perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan) yaitu persepsi yang menjelaskan dimana seseorang merasakan manfaat dalam menggunakan suatu teknologi tertentu seperti pada pernyataan Davis (1989). Ketika seseorang telah merasakan manfaat dalam penggunaan teknologi tersebut maka akan menimbulkan rasa kepercayaan untuk pengambilan keputusan selanjutnya apakah akan menggunakan *fintech lending* tersebut atau tidak. Oleh karena itu variabel ini penting digunakan sebagai langkah selanjutnya untuk mengetahui penerimaan sebuah teknologi baru.

3. *Attitude* (Sikap terhadap penggunaan)

Sikap terhadap penggunaan adalah sikap seseorang dalam penerimaan atau penolakan terhadap teknologi tertentu. Ketika seseorang memberikan respon terhadap penggunaan *fintech lending* maka orang tersebut akan menunjukkan bagaimana sikapnya, menerima atau menolak teknologi baru berupa *fintech lending* tersebut. Dalam hal ini dapat diketahui bagaimana sikap seseorang terhadap *fintech lending*, menerima atau menolak. Oleh sebab itu variabel ini penting untuk penelitian ini.

#### 4. *Intention to Use* (Intensitas Penggunaan)

Intensitas penggunaan adalah niat seseorang untuk menggunakan teknologi tertentu sehingga akan menimbulkan suatu kecenderungan seseorang untuk terus menerus menggunakan teknologi tersebut. Pada penelitian Fatmawati (2015) menyatakan bahwa adanya sikap/niat positif diyakini mampu mendorong pengguna untuk menggunakan *fintech lending* tersebut. Karena itu niat positif pengguna dapat diprediksi dari perhatiannya dalam menggunakan *fintech lending* dimana seperti muncul motivasi dalam diri yang juga mendorong pengguna untuk mengajak pengguna lainnya untuk tetap menggunakan *fintech lending*. Dalam penelitian Gahtani (2001), intensitas penggunaan sudah masuk dalam fase penerimaan. Dari sini dapat diketahui bagaimana penerimaan seseorang terhadap penggunaan *fintech lending*, karena itu variabel ini penting untuk penelitian ini.

#### 5. *Use / Actual Use* (Penggunaan secara aktual)

Penggunaan secara aktual menurut Davis (1989) diartikan sebagai kinerja seseorang terhadap kebiasaan atau perilaku tertentu. Penggunaan aktual ini dapat diketahui ketika faktor niat positif, sikap positif, perasaan kemudahan dan kebermanfaatan telah terpenuhi, serta faktor luar yang mendukung penggunaan teknologi tersebut. Oleh karena itu variabel ini sangat penting karena sebagai penentu apakah teknologi tersebut benar-benar diterima atau tidak.

#### B. Variabel pada UTAUT :

Dalam penelitian ini dimana UTAUT akan diintegrasikan dengan TAM, hanya akan menggunakan dua variabel pada UTAUT yaitu *social influence* dan *facilitating condition* dimana diantara variabel-variabel UTAUT (Venkatesh et al., 2003) seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *behavioran intention*, dan *use behaviour* sudah terwakilkan dengan variabel yang ada pada TAM.

1. *Social influence* (Pengaruh lingkungan)

Pengaruh lingkungan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi niat/minat calon pengguna. Dalam Jati dan Laksito (2012) menyatakan bahwa semakin besar pengaruh dari suatu lingkungan sosial maka semakin besar pula niat/minat yang timbul pada calon pengguna lain. Variabel ini penting dalam penelitian ini karena untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari lingkungan tertentu yang mendorong calon pengguna untuk memiliki niat/minat dalam menggunakan *fintech lending*

2. *Facilitating condition* (Kondisi yang memfasilitasi)

*Facilitating condition* menurut Venkatesh, et al. (2003) adalah suatu tingkat kepercayaan seseorang terhadap infrastruktur teknik dan fasilitas pendukung yang dimiliki oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk mendukung penggunaan sistem. Variabel ini penting untuk penelitian ini karena untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kondisi yang telah terfasilitasi terhadap calon pengguna untuk menggunakan *fintech lending*.

C. Variabel eksternal menggunakan variabel *brand and service trust*.

1. *Brand and service trust*

*Brand and service trust* menurut Chuang, et al. (2016) adalah tingkat keyakinan seseorang terhadap suatu merk dan pelayanan pada suatu perusahaan atau organisasi tertentu. Pada penelitian Ratnasingam (2003) menyebutkan bahwa ketika kualitas dan fungsi dari suatu produk tidak jelas, merek dapat membantu konsumen menentukan pilihan. Variabel ini penting untuk mengetahui bagaimana respon calon pengguna yang belum tau atau belum pernah menggunakan teknologi baru seperti *fintech lending*.

Berikut ini adalah hipotesis penelitian :

Tabel 3.1 Hipotesis Penelitian

Kode hipotesis	Keterangan	Referensi
H1	<i>Perceived ease of use</i> (PEOU) memiliki efek positif terhadap <i>perceived usefulness</i> (PU)	(Davis F. D., 1989)
H2	<i>Perceived ease of use</i> (PEOU) memiliki efek positif terhadap <i>attitude</i> (AT)	(Chuang et al., 2016)
H3	<i>Perceived usefulness</i> (PU) memiliki efek positif terhadap <i>attitude</i> (AT)	(Chuang et al., 2016)
H4	<i>Brand and service trust</i> (BST) memiliki efek positif terhadap <i>attitude</i> (AT)	(Chuang et al., 2016)
H5	<i>Attitude</i> (AT) memiliki efek positif terhadap <i>Intention to use</i>	(Chuang et al., 2016)
H6	<i>Social influence</i> memiliki efek positif terhadap <i>Intention to use</i>	(Naranjo et al. , 2017)
H7	<i>Intention to use</i> memiliki efek positif terhadap <i>Use</i>	(Naranjo et al. , 2017)
H8	<i>Facilitating conditions</i> memiliki efek positif terhadap <i>Use</i>	(Naranjo et al. , 2017)

H1 : *Perceived ease of use* memiliki efek positif terhadap *perceived usefulness*

*Perceived usefulness* memiliki arti bahwa sejauh mana seseorang mempresepsikan bahwa menggunakan teknologi tertentu dapat membantu meningkatkan kinerja dan merupakan faktor untuk melihat adopsi teknologi (Venkatesh, et al., 2003). Sedangkan *perceived ease of use* diartikan bahwa sejauh mana seseorang menggunakan teknologi dengan mudah (Davis, 1989). Peneliti ingin menangkap bahwa ketika seseorang menggunakan aplikasi *fintech lending* dan memilih produk *fintech lending* sesuai kebutuhan dan kemampuan, maka seseorang tersebut mendapat dua keuntungan sekaligus yaitu informasi yang bermanfaat dan kemudahan penggunaan dari aplikasi tersebut meningkat.

H2 : *Perceived ease of use* memiliki efek positif yang terhadap *attitude*

Dalam Al-Gahtani (1998), TAM menyatakan variabel atau konstruk *perceived ease of use* adalah penentu penting dari variabel atau konstruk *attitude*. Penelitian sebelumnya juga menyatakan adanya pengaruh positif *perceived ease of use* terhadap *attitude* (Davis, 1989)

H3 : *Perceived usefulness* (PU) memiliki efek positif yang terhadap *attitude* (AT)

Dari penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *perceived usefulness* (PU) memiliki pengaruh positif terhadap *attitude* (AT) (Davis, 1989, Davis et al., 1989, Straub et al., 1995, Szajna, 1996). Peningkatan kinerja yang dihasilkan oleh pengguna diakibatkan karena adanya pengaruh penerimaan teknologi oleh pengguna.

H4 : *Brand and service trust* memiliki efek positif terhadap *attitude*

Karena layanan *fintech* masih baru dan belum terlalu diketahui masyarakat, terkadang pengguna layanan *fintech* perlu mencari layanan melalui situs web. Ketika kualitas dan fungsi yang relevan dari produk tidak jelas, merek dapat membantu konsumen menentukan pilihan (Ratnasingam, 2003). Perusahaan dapat memanfaatkan reputasi nilai merek mereka, seperti stabilitas, sejarah panjang, dan kepercayaan untuk mengatasi pertanyaan kepercayaan konsumen. Reputasi merek dan layanan perusahaan memiliki efek positif pada kepercayaan pada konsumen (Veloutsou, 2007). Ketika kepercayaan merek dan layanan dari konsumen lebih tinggi, sikap terhadap pembelian lebih positif. Ketika konsumen percaya bahwa informasi yang diberikan oleh perusahaan adalah jujur, konsumen akan mengambil sikap positif terhadap perusahaan ini.

H5 : *Attitude* memiliki efek positif yang signifikan terhadap *Intention to Use*

Definisi operasional dari *attitude* adalah "Tingkat evaluasi positif dan negatif konsumen terhadap penggunaan layanan *Fintech*" (Ajzen, 2002; Halilovic & Cicic, 2011). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sikap memiliki dampak positif yang signifikan terhadap niat perilaku individu (Venkatesh & Davis, 2000). "Sikap konsumen untuk menggunakan" dan "keinginan untuk menggunakan" layanan *fintech* harus memiliki hubungan positif yang signifikan. Ketika konsumen merasakan evaluasi positif, mereka akan percaya bahwa menggunakan layanan *fintech* adalah pengalaman yang baik dan meningkatkan kemauan mereka untuk menggunakannya. Ketika konsumen percaya bahwa menggunakan layanan *fintech lending* adalah alat yang mudah dan praktis, mereka akan merekomendasikan menggunakannya, sikap konsumen lain terhadap penggunaan layanan *fintech lending* akan terpengaruh dan meningkat (Chuang et al., 2016).

H6 : *Social influence* memiliki efek positif terhadap *Intention to use*

Menurut Venkatesh, et al. (2003) *social influence* adalah tingkat dimana seorang individu merasa bahwa orang-orang yang penting baginya percaya sebaiknya dia menggunakan sistem yang baru. Maksudnya disini adalah lingkungan berpengaruh besar terhadap penggunaan aplikasi *fintech lending*, yang mana disini seseorang sebelum menggunakan dan memilih aplikasi *fintech lending* mana yang sesuai, seseorang tersebut meminta saran dan berdiskusi kepada sesama pemakai aplikasi *fintech lending* yang sudah ahli.

H7 : *Intention to Use* memiliki efek positif yang signifikan terhadap *Use*

Ketika pengguna sudah memutuskan untuk menerima penggunaan sistem tersebut karena telah merasakan kemudahan dan manfaatnya, maka niat para pengguna memutuskan untuk menerima dan menggunakan teknologi baru berpengaruh terhadap konstruk *use (U)*.

H8 : *Facilitating conditions* memiliki efek positif yang signifikan terhadap *Use*

Pengertian dari *facilitating condition* adalah tingkat kepercayaan seorang individu terhadap infrastruktur teknik dan organisasional untuk mendukung penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003). Penelitian ini ingin menangkap bahwa semakin mendukung fasilitas maka kemungkinan akan semakin banyak orang tertarik menggunakan produk *fintech lending*.

Tabel 3.2 Penjelasan Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Referensi	Indikator		
			Kode	Keterangan	Referensi
<i>Perceived Usefulness</i>	Persepsi yang menunjukkan peningkatan kinerja dengan menggunakan teknologi informasi tertentu	Hsieh et al (2016)	PU1	Dengan menggunakan aplikasi <i>fintech lending</i> , saya dapat mengerti <i>produk fintech</i> mana yang sesuai dengan kebutuhan saya	Hsieh et al (2016)
			PU2	Dengan menggunakan aplikasi <i>fintech</i> , saya dapat memantau dan membandingkan produk-produk <i>fintech lending</i> lainnya	
	Sejauh mana seseorang percaya menggunakan <i>fintech lending</i> akan meningkatkan hasil pencarian informasi tentang layanan <i>fintech lending</i> yang sesuai	Schnall et al (2017)	PU3	Dengan menggunakan aplikasi <i>fintech lending</i> , saya dapat bertanya dan meminta saran kepada admin dari <i>fintech lending</i> yang digunakan	
			PU4	Menggunakan aplikasi <i>fintech lending</i> memudahkan saya mencari informasi pinjaman dana <i>online</i> dengan cepat	

Tabel 3.2 Penjelasan Variabel dan Indikator Penelitian (Lanjutan)

Variabel	Definisi Operasional	Referensi	Indikator		
			Kode	Keterangan	Referensi
<i>Perceived Usefulness</i>	Sejauh mana seseorang akan percaya bahwa dalam menggunakan teknologi informasi tertentu akan meningkatkan kinerja	Davis (1989)	PU5	Menggunakan aplikasi <i>fintech lending</i> memudahkan saya mencari informasi tentang pinjaman <i>online</i> yang terpercaya dan aman sehingga saya bisa mendapatkan pinjaman sesuai kebutuhan	Davis (1989)
			PU6	Secara keseluruhan, aplikasi <i>fintech lending</i> sangat berguna bagi kebutuhan saya ketika membutuhkan dana dengan cepat dan aman	
<i>Perceived Ease Of Use</i>	Persepsi yang menunjukkan tingkat kesederhanaan terkait penggunaan teknologi	Hsieh et al (2016)	PEOU1	Saya pikir aplikasi <i>fintech lending</i> mudah digunakan	Hsieh et al (2016)
			PEOU2	Saya bisa dengan mudah mengoperasikan fungsi di dalam aplikasi <i>fintech lending</i>	
	Sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan teknologi informasi akan membuatnya bebas dari usaha (lebih memudahkan pekerjaan)	Davis (1989)	PEOU3	Dengan menggunakan aplikasi <i>fintech lending</i> , saya dapat berdiskusi kepada admin <i>fintech</i> melalui <i>email</i>	Davis (1989)



Tabel 3.2 Penjelasan Variabel dan Indikator Penelitian (Lanjutan)

Variabel	Definisi Operasional	Referensi	Indikator		
			Kode	Keterangan	Referensi
<i>Perceived Ease Of Use</i>	Tingkat penggunaan sistem akan bebas dari usaha tambahan	Adams et al (1992)	PEOU4	Saya menemukan kemudahan untuk mencari informasi tentang <i>fintech lending</i> dan kesalahan dalam pencarian informasi tentang <i>fintech lending</i>	Davis (1989)
			PEOU5	Saya menemukan kemudahan pencarian informasi tentang layanan pada aplikasi <i>fintech lending</i> yang sesuai kebutuhan saya	
			PEOU6	Sangat mudah bagi saya untuk mengingat bagaimana saya mendapatkan pinjaman uang menggunakan salah satu produk <i>fintech lending</i> .	
			PEOU7	Secara keseluruhan, saya menemukan bahwa aplikasi <i>fintech lending</i> mudah untuk digunakan	

Tabel 3.2 Penjelasan Variabel dan Indikator Penelitian (Lanjutan)

Variabel	Definisi Operasional	Referensi	Indikator		
			Kode	Keterangan	Referensi
<i>Attitude</i>	Sikap adalah "Tingkat evaluasi positif dan negatif konsumen terhadap penggunaan Layanan Fintech"	Ajzen, 2002, Halilovic & Cicic, (2011)	A1	Saya pikir sangat nyaman untuk mencari informasi pinjaman menggunakan aplikasi <i>fintech lending</i> kapan saja dan dimana saja	Chuang et al., (2016)
			A2	Saya pikir menggunakan layanan <i>fintech lending</i> untuk mencari pinjaman adalah ide yang bagus	
			A3	Saya suka ide untuk mencari pinjaman menggunakan layanan <i>fintech lending</i>	Chuang et al., (2016)
<i>Intention to use</i>	Kemungkinan pelanggan untuk melakukan suatu perilaku tertentu	Chuang et al., (2016)	ITU1	Saya ingin menggunakan layanan yang disediakan oleh <i>Fintech lending</i>	Chuang et al., (2016)
			ITU2	Saya ingin menggunakan Layanan <i>Fintech lending</i> untuk mencari informasi pinjaman uang dengan cepat.	

Tabel 3.2 Penjelasan Variabel dan Indikator Penelitian (Lanjutan)

Variabel	Definisi Operasional	Referensi	Indikator		
			Kode	Keterangan	Referensi
<i>Use</i> atau <i>Usage Behavior</i> (Kollmann & Kaiser, 2010)	Sikap yang dipengaruhi oleh variabel <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> , dan <i>behavioral intention</i> , dimana sikap tersebut mempengaruhi <i>usage behavior</i> atau perilaku penggunaan terhadap teknologi informasi	Hsieh et al., (2016)	U1	Saya sering menggunakan aplikasi <i>fintech lending</i> untuk mencari pinjaman yang sesuai dengan kebutuhan saya	Hsieh et al., (2016)
			U2	Saya menggunakan aplikasi <i>fintech lending</i> untuk mencari pinjaman beberapa kali kesempatan	
	<i>Actual use</i> ditentukan dari pengaruh <i>behavioral intention</i> sebelumnya	Sharifzadeh (2017)	U3	Saya lebih suka menggunakan aplikasi <i>fintech lending</i> untuk mendapatkan dana secara cepat dan aman	Vega Project Research (2017)
	Aksi yang dipengaruhi oleh pengalaman atau perilaku sebelumnya	Hsu and Chen (2007)	U4	Saya saat ini menggunakan aplikasi <i>fintech lending</i> untuk mendapatkan pinjaman yang sesuai dengan kebutuhan saya	Berry (2017)

Tabel 3.2 Penjelasan Variabel dan Indikator Penelitian (Lanjutan)

Variabel	Definisi Operasional	Referensi	Indikator		
			Kode	Keterangan	Referensi
<i>Social Influence</i>	Tingkat dimana seorang individu merasa bahwa orang-orang yang penting baginya percaya sebaiknya dia menggunakan system yang baru	Venkatesh, et al. (2003)	SI1	Saya menggunakan aplikasi <i>fintech lending</i> ini karena saran dari keluarga	Venkatesh et al., (2003)
			SI2	Saya menggunakan aplikasi <i>fintech lending</i> ini karena disarankan oleh teman yang juga memakai aplikasi tersebut	
			SI3	Saya menggunakan aplikasi <i>fintech lending</i> ini karena banyak review bagus baik dari teman dunia nyata maupun dari teman dunia maya	Venkatesh et al., (2003)
<i>Facilitating condition</i>	Tingkat kepercayaan seorang individu terhadap infrastruktur teknik dan organisasional untuk mendukung penggunaan sistem	Venkatesh et al., (2003)	FC1	Pemerintah telah menyediakan fasilitas yang mendukung penggunaan aplikasi <i>fintech lending</i>	Venkatesh et al., (2003)
			FC2	Saya bisa dengan mudah memakai fasilitas yang disediakan oleh pemerintah untuk menggunakan aplikasi <i>fintech lending</i>	

Tabel 3.2 Penjelasan Variabel dan Indikator Penelitian (Lanjutan)

Variabel	Definisi Operasional	Referensi	Indikator		
			Kode	Keterangan	Referensi
<i>Brand and Service Trust</i>	Tingkat kepercayaan seorang individu terhadap sebuah <i>merk</i> dan pelayanan	Chuang et al., (2016)	BST1	Saya percaya terhadap layanan <i>fintech lending</i> yang disediakan oleh perusahaan	Chuang et al., (2016)
			BST2	Saya percaya proses transaksi dan hasil layanan <i>fintech lending</i> adalah benar	
			BST3	Saya percaya sistem transaksi layanan <i>fintech</i> aman	

### 3.5 Penyusunan Kuisisioner dan Penentuan Penilaian

Kuisisioner disusun berdasarkan dari variabel-variabel yang telah ditentukan sebelumnya. Masing-masing pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner didapatkan dari indikator tiap variable dan setiap indikator tersebut dikembangkan menjadi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab responden. Penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai teknik pengukuran yang mana dalam Skala *likert* tersebut digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Firdauzy, 2017). *Checklist* ataupun *multiple choice* adalah bentuk dari skala *likert* yang dapat digunakan untuk penelitian ini. Skala *likert* yang digunakan untuk penelitian ini adalah skala *likert* ganjil atau mempunyai nilai tengah dengan 5 pilihan yaitu 1. Sangat Tidak Setuju, 2. Tidak Setuju, 3. Netral, 4. Setuju, 5. Sangat Setuju. Tujuan disediakannya alternatif tengah adalah untuk memberikan pilihan kepada responden yang memiliki sikap moderat terhadap pernyataan (Klopfer dan Madden, 1980).

### 3.6 Penyebaran dan Penentuan Sampel Responden

Menurut Sugiyono (2016), definisi dari Kuisisioner adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik penyebaran kuisisioner ini dilakukan secara *online* dan menggunakan *Google Docs*. Tujuan menggunakan *Google Docs* adalah sebagai media penyedia kuisisioner dan merekap jawaban dari responden. Kuisisioner ini ditujukan untuk pengguna aplikasi *fintech lending* yang berlokasi di berbagai wilayah daerah di Indonesia.

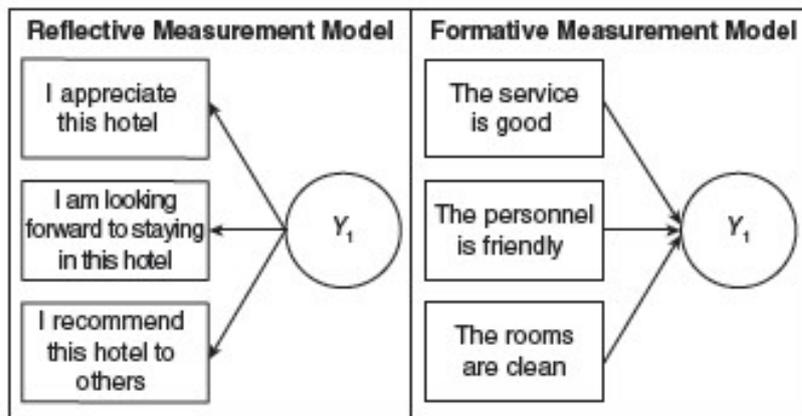
### 3.7 Pengolahan Data

Pengolahan data untuk penelitian ini adalah menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) sedangkan *tool* atau alat yang digunakan untuk mengolah adalah PLS-SEM. Prosedur pengaplikasian PLS-SEM (Desribeth, 2019) adalah sebagai berikut :

#### 1. Menentukan Model Pengukuran

Dalam PLS-SEM dikenal dua bentuk model pengukuran, yaitu *reflective measurement model* (Mode A) dan *formative measurement model* (Mode B).

Tujuan dari model pengukuran ini adalah untuk uji validitas dan reliabilitas. Pada tahap ini, peneliti menentukan bentuk dari model penelitian yang dibangun. Model pengukuran disebut juga *outer model* yaitu model yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dengan indikatornya. Secara umum, ada dua jenis pengukuran model: reflektif dan formatif. Model reflektif memiliki panah (hubungan) menunjuk dari konstruk ke indikator yang diamati dalam model pengukuran. Jika konstruk berubah maka terjadi perubahan simultan dari semua item dalam model pengukuran. Dengan demikian, semua indikator sangat berkorelasi. Sebaliknya, model formatif memiliki panah yang menunjuk dari indikator dalam model pengukuran ke konstruk. Karenanya, semua indikator secara bersama-sama membentuk konstruk, dan semua elemen utama dari domain harus diwakili oleh indikator formatif yang dipilih. Karena indikator formatif mewakili konstruk independen dimana konstruk-konstruk tersebut tidak perlu berkorelasi (pada kenyataannya konstruk independen tidak seharusnya berkorelasi).



Gambar 3.5 Spesifikasi Model PLS-SEM (Hair et al., 2017)

Uji hipotesis melibatkan hubungan struktural antar konstruk hanya akan dapat diandalkan dan valid jika model pengukuran menjelaskan bagaimana konstruk diukur.

## 2. Menentukan Model Struktural

Dalam PLS-SEM, model struktural disebut juga *inner model*, yaitu model yang menggambarkan hubungan antara variabel laten. Tujuan dari model struktural adalah untuk uji kausalitas atau untuk pengujian hipotesis dengan model prediksi. Tahap awal penelitian yang melibatkan *Struktural Equation Modeling* (SEM) yang penting adalah menyiapkan diagram yang menggambarkan hipotesis penelitian dan menampilkan hubungan variabel yang akan diuji. Diagram tersebut sering disebut sebagai model jalur. Model jalur adalah diagram yang menghubungkan variabel / konstruk berdasarkan teori dan logika untuk menampilkan hipotesis secara visual yang akan diuji. Isu penting yang perlu diperhatikan ketika membangun model struktural adalah urutan dan hubungan antar variabel. Urutan dan hubungan antar variabel mewakili hipotesis yang dibangun dan hubungannya dengan teori yang diuji. Urutan konstruk dalam model struktural adalah berdasarkan teori, logika dan pengalaman praktis peneliti. Urutan konstruk dibuat dari kiri ke kanan, yaitu variabel independen atau disebut juga variabel eksogen (*predictor*) pada sisi kiri dan variabel dependen atau disebut juga variabel endogen (*outcome*) pada sisi kanan. Konstruk pada sisi kiri memprediksi hasil pada konstruk sisi kanan. Ketika urutan konstruk telah ditentukan, maka hubungan antara konstruk juga harus dibangun yang digambarkan dalam bentuk arah panah. Hubungan prediktif yang dibangun biasanya bersifat kausal.

## 3. Pengumpulan dan Pemeriksaan data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data. Data yang telah dikumpulkan kemudian diperiksa sebelum masuk ke dalam uji PLS-SEM menggunakan bantuan software SmartPLS. Pemeriksaan terdiri dari *missing data*, *response pattern* (*straight lining* dan *inconsistent answer*), *outliers* (*skewness* dan *kurtosis*) kemudian disimpan dalam bentuk *comma-separated value* (.csv) atau text (.txt). Pemeriksaan data dimaksudkan agar data yang akan diolah menggunakan SmartPLS telah sesuai ketentuan sehingga tidak menimbulkan interpretasi hasil yang salah.



#### 4. Estimasi *Path Model PLS*

Hasil PLS-SEM dievaluasi melalui proses yang sistematis. Tujuan PLSSEM adalah memaksimalkan  $R^2$  dari variabel endogen dalam model jalur PLS. Pengukuran model PLS-SEM terbagi menjadi dua bagian, yaitu evaluasi *measurement model* dan evaluasi *structural model*. Pengukuran paling penting dari *measurement model* adalah *reliability*, *convergent validity* dan *discriminant validity*. Sedangkan pengukuran paling penting dari *structural model* adalah  $R^2$  dan ukuran signifikansi dari koefisien jalur struktural. Pengukuran PLS-SEM bergantung pada varian untuk menentukan solusi optimal.

#### 5. Interpretasi

Interpretasi merupakan bagian akhir dari tahapan PLS-SEM. Interpretasi yang dilakukan didasarkan pada hasil yang diperoleh.

### 3.7.1 Analisa dan Interpretasi Data

Langkah selanjutnya setelah data terkumpul dan diolah yaitu dilakukan analisis dan interpretasi data. Analisis yang dilakukan berupa analisis karakteristik dan perilaku responden dari hasil analisis variabel-variabel yang terdapat pada integrasi model TAM dan UTAUT.

#### 1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Tujuan pengujian model pengukuran adalah untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Berikut ini adalah ringkasan *rule of thumb* evaluasi model pengukuran mode A (reflektif) dan mode B (formatif).

Tabel 3.9 Ringkasan *Rule of Thumb* Evaluasi Model Pengukuran (Mode A)

<b>Validitas dan Reliabilitas</b>	<b>Parameter</b>	<b><i>Rule of thumb</i></b>
<i>Validitas Convergent</i>	<i>Loading factor</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ &gt; 0.70 untuk <i>Confirmatory research</i></li><li>○ &gt; 0.60 untuk <i>Exploratory research</i></li></ul>
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ &gt; 0.50 untuk <i>Confirmatory Research</i> maupun <i>Exploratory Research</i></li></ul>

	<i>Community</i>	○ > 0.50 untuk <i>Confirmatory Research</i> maupun <i>Exploratory Research</i>
<i>Validitas Discriminant</i>	<i>Cross Loading</i>	> 0.70 untuk setiap variabel
	Akar kuadrat AVE dan korelasi antras konstruk laten	Akar kuadrat AVE > korelasi antar konstruk laten
Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	○ > 0.70 untuk <i>Confirmatory research</i> ○ > 0.60 masih dapat diterima untuk <i>Exploratory research</i>
	<i>Composite Reliability</i>	○ > 0.70 untuk <i>Confirmatory research</i> ○ 0.60 – 0.70 masih dapat diterima untuk <i>Exploratory research</i>

Sumber : diadopsi dari Chin (1998), Chin (2010b). Hair *et al.* (2011), Hair *et al.* (2012)

Tabel 3.10 Ringkasan *Rule of Thumb* Evaluasi Model Pengukuran (Mode B)

<b>Kriteria</b>	<b><i>Rule of Thumb</i></b>
<i>Significance Weight</i>	> 1.65 ( <i>sig. level</i> = 10%), > 1.96 ( <i>sig. level</i> = 5%), dan 2,58 ( <i>sig. level</i> = 1%)
<i>Multicollinearity</i>	○ VIF < 10 atau < 5 ○ <i>Tolerance</i> > 0.10 atau > 0.20

Sumber : diadopsi dari Chin (1998). Hair *et al.* (2011), Hair *et al.* (2012), Henseler *et al.* (2009)

## 2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Tujuan digunakannya pengujian *structural model* adalah untuk memprediksi apakah ada hubungan kausal dari variabel-variabel yang diuji. Model struktural adalah model yang menghubungkan antar variabel laten. Berikut adalah kriteria model struktural yang diadopsi dari Chin (1998), Chin (2010b). Hair *et al.* (2011), Hair *et al.* (2012).

Tabel 3.11 Ringkasan *Rule of Thumb* Evaluasi Model Struktural

Kriteria	<i>Rule Of Thumb</i>
<i>R-Square</i>	0.67, 0.33, dan 0.19 menunjukkan kuat, moderate, dan lemah (Chin 1998) 0.75, 0.50, dan 0.25 menunjukkan model kuat, moderate, dan lemah (Hair <i>et al.</i> 2011)
<i>Effect Size f<sup>2</sup></i>	0.02, 0.15, dan 0.35 (kecil, menengah, dan besar)
<i>Q<sup>2</sup> predictive relevance</i>	$Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai <i>predictive relevance</i> dan jika $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki <i>predictive relevance</i>
<i>q<sup>2</sup> predictive relevance</i>	0.02, 0.15, dan 0.35 (lemah, moderate, dan kuat)
<i>Signifikansi (two-tailed)</i>	<i>t-value</i> 1.65 ( <i>significance level</i> = 10%), 1.96 ( <i>significance level</i> = 5%), dan 2.58 ( <i>significance level</i> = 1%)

Sumber : diadopsi dari Chin (1998), Chin (2010b). Hair *et al.* (2011), Hair *et al.* (2012)

### 3.8 Kesimpulan dan Saran

Tahap selanjutnya setelah hasil pengumpulan, pengolahan, analisis dan interpretasi data adalah kesimpulan dan saran, dimana untuk kesimpulan haru disesuaikan dengan tujuan dari penelitian ini. Selanjutnya diberikan saran guna untuk penelitian lebih lanjut dengan topik serupa agar dapat melengkapi aspek yang belum dilakukan pada penelitian ini.

## **BAB IV**

### **PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

#### **4.1 Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner *online* kepada responden. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* karena untuk mempermudah responden dalam pengisian dan karena jangkauan pencarian responden luas sebab tidak semua orang menggunakan *fintech lending* maka pencarian responden bisa lebih mudah dengan hanya menggunakan kuesioner *online*. Kuesioner disebarakan melalui media sosial seperti *facebook*, *Instagram*, dan melalui *Whatsapp* dan *Email*. Jumlah kuesioner yang diolah sebanyak 51 kuesioner. Kuesioner yang dipilih untuk diolah adalah kuesioner yang diisi oleh responden yang telah menggunakan layanan *fintech lending*. Data yang dikumpulkan tersebut kemudian diinput dan disimpan menjadi file berekstensi *.csv* dan selanjutnya dilakukan pengolahan data. Semua responden terdiri dari mahasiswa, wirausaha, karyawan, dan swasta dengan rentang usia 17 tahun sampai 45 tahun dan dianggap paham dan telah terbiasa menggunakan aplikasi-aplikasi *fintech lending*.

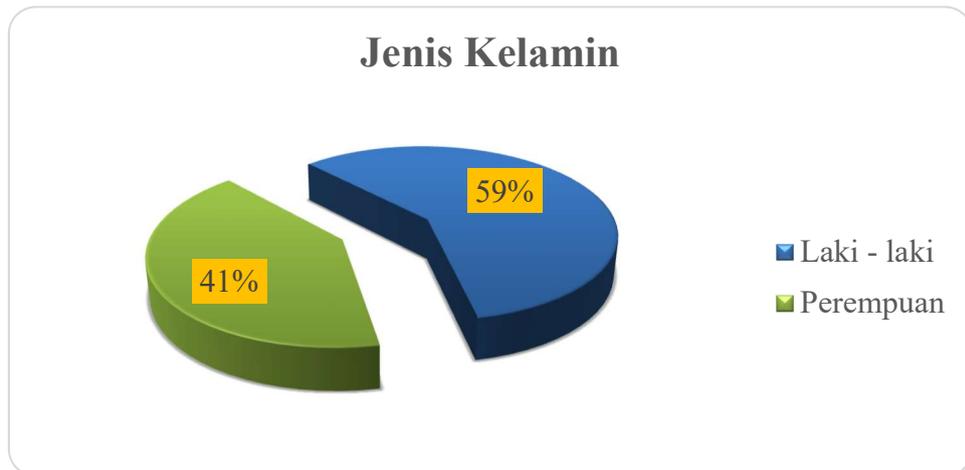
#### **4.2 Karakteristik Responden**

Pada subbab ini akan dijelaskan mengenai karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini. Deskripsi data karakteristik responden meliputi gambaran jenis kelamin, usia, domisili, pekerjaan, pendidikan terakhir, pendapatan per bulan, dan produk *fintech lending* yang digunakan. Berikut ini adalah hasil analisis deskriptif mengenai jenis kelamin, usia, domisili, pekerjaan, pendidikan, pendapatan per bulan dan jenis aplikasi *fintech landing* yang diikuti :

##### **4.2.1 Jenis Kelamin Responden**

Responden dalam penelitian ini terdiri dari pengguna aplikasi *fintech landing* baik yang berjenis kelamin perempuan maupun yang berjenis kelamin laki-laki. Hasil analisis pada gambar 4.1 menunjukkan bahwa dari 51 responden yang diteliti dalam penelitian ini, sebagian besra responden merupakan pengguna *fintech*

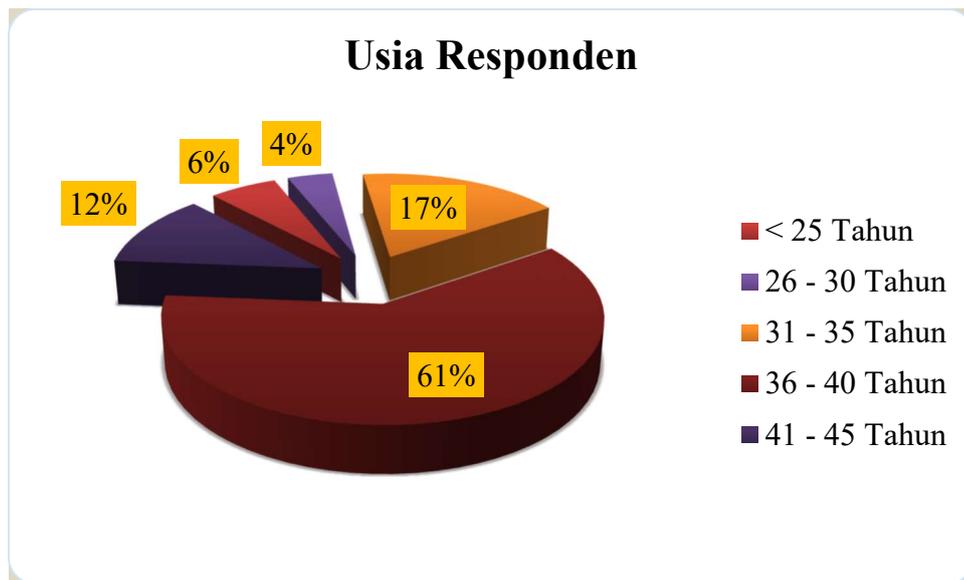
*landing* yang berjenis kelamin laki-laki (58,8%) sedangkan sisanya sebanyak 41,2% responden merupakan pengguna *fintech landing* yang berjenis kelamin laki-laki. Jumlah responden perempuan dan laki-laki tidak begitu terpaut jauh karena *fintech landing* merupakan aplikasi yang berhubungan dengan bantuan keuangan sehingga tidak digunakan pada salah satu jenis gender saja.



Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden

#### 4.2.2 Usia Responden

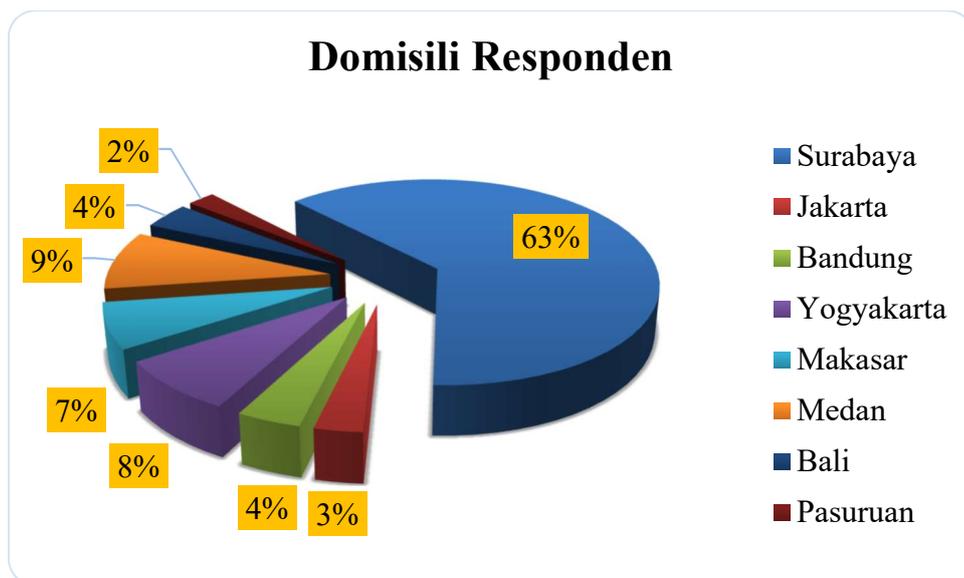
Responden dalam penelitian ini memiliki rentang usia yang beragam, berdasarkan hasil analisis pada gambar 4.2, dapat dilihat bahwa dari 51 responden yang diteliti dalam penelitian ini, sebagian besar responden berusia 36 – 40 Tahun (61%), sedangkan sisanya sebanyak 17% responden berusia 31 – 35 Tahun, sebanyak 6% responden berusia 36 – 40 tahun dan sebanyak 12% responden berusia 41 – 45 tahun. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa aplikasi *fintech landing* banyak digunakan oleh pengguna berusia antara 36 – 40 tahun, hal dimungkinkan ini karena usia tersebut adalah usia dimana seseorang diprediksi telah berkeluarga, memiliki kebutuhan hidup yang banyak dan sebagian besar rentang usia tersebut cukup familiar dengan aplikasi – aplikasi *online* yang dapat diakses melalui gadgetnya.



Gambar 4.2 Usia Responden

#### 4.2.3 Domisili

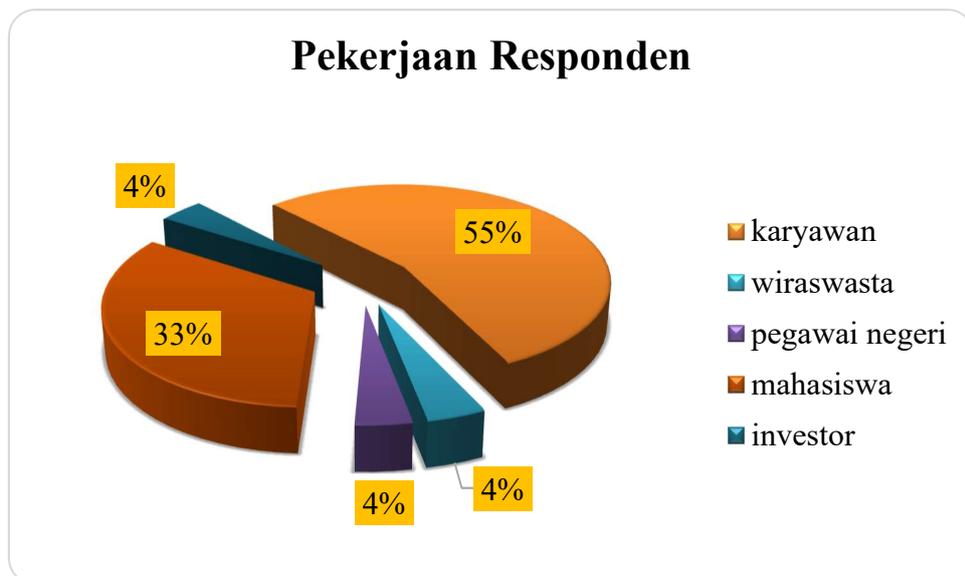
Responden dalam penelitian ini memiliki domisili yang beragam, namun paling banyak berdomisili di Surabaya. Berdasarkan hasil analisis pada gambar 4.3, hasil analisis menunjukkan bahwa sebanyak 63% responden berdomisili di Surabaya, sedangkan sisanya sebanyak 27% berada diluar Surabaya.



Gambar 4.3 Domisili Responden

#### 4.2.4 Pekerjaan

Responden dalam penelitian ini terdiri dari pengguna aplikasi *fintech landing* yang memiliki pekerjaan beragam, namun didominasi oleh responden yang bekerja sebagai karyawan swasta. Berdasarkan hasil analisis pada gambar 4.4, hasil analisis menunjukkan bahwa dari 51 responden yang diteliti dalam penelitian ini, sebagian besar responden adalah karyawan swasta (55%), sedangkan sisanya sebanyak 33,3% responden bekerja sebagai mahasiswa dan masing-masing sebanyak 4% di bekerja sebagai pegawai negeri, wiraswasta dan investor. Hal ini menunjukkan bahwa cukup banyak pengguna aplikasi *fintech landing* yang bekerja sebagai karyawan swasta, di samping itu, mahasiswa juga menjadi jenis pekerjaan terbanyak kedua setelah karyawan swasta.

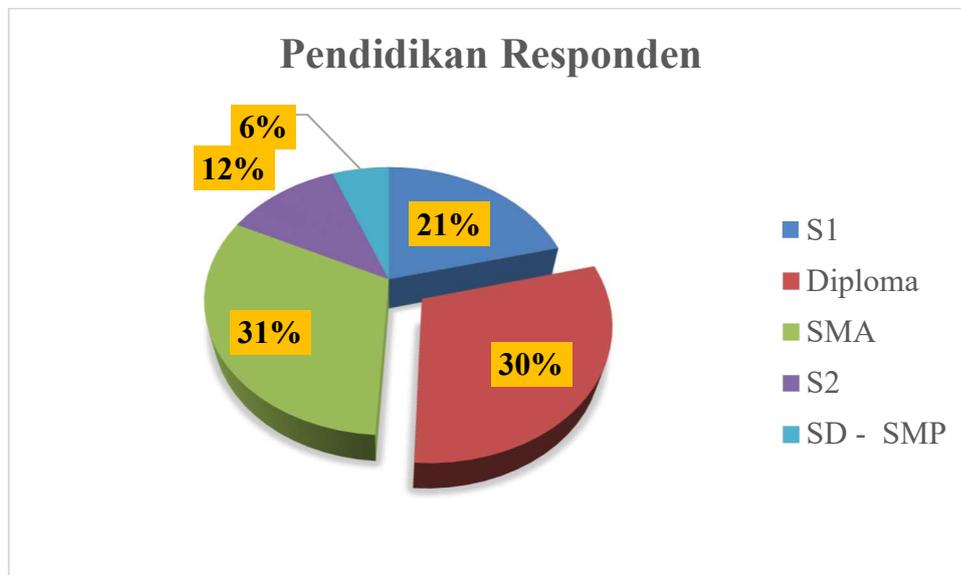


Gambar 4.4 Pekerjaan Responden

#### 4.2.5 Pendidikan

Pendidikan responden yang diteliti dalam penelitian ini cukup beragam, mulai dari SMA, diploma, S1 dan S2. Berdasarkan hasil analisis pada gambar 4.5, hasil analisis menunjukkan bahwa dari 51 responden yang diteliti dalam penelitian ini, sebagian besar responden berpendidikan sma (31%) DAN diploma (30%) serta sebanyak 21% berpendidikan S1. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi *fintech*

*landing* juga diminati oleh responden dari berbagai tingkat pendidikan namun paling banyak adalah pada tingkat pendidikan SMA, Diploma dan S1.

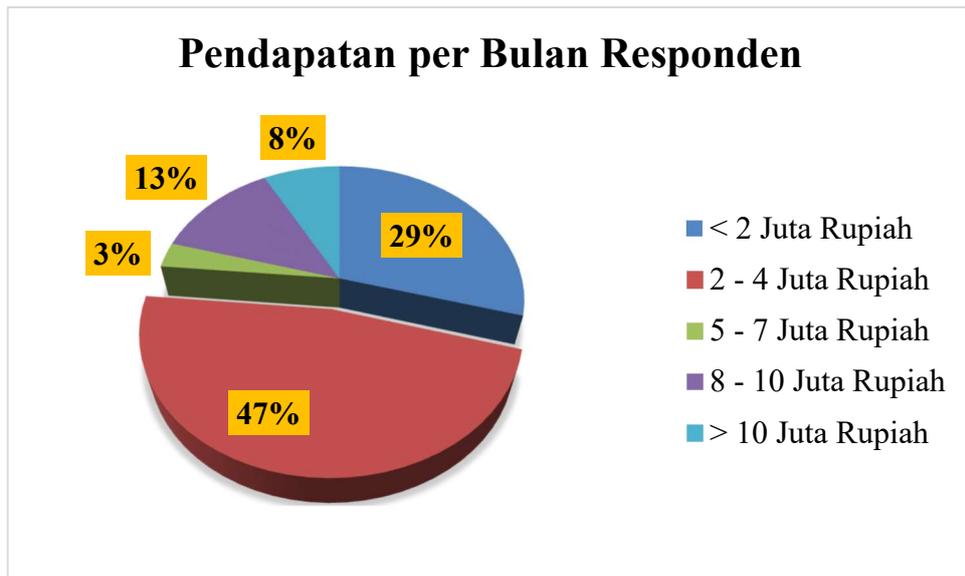


Gambar 4.5 Pendidikan Responden

#### 4.2.6 Pendapatan per Bulan

Aplikasi *fintech landing* diminati oleh pengguna dengan rentang pendapatan per bulan yang beragam. Berdasarkan hasil analisis pada gambar 4.5, hasil analisis menunjukkan bahwa dari 51 responden yang diteliti dalam penelitian ini, sebagian besar responden memiliki pendapatan 2 - 4 juta rupiah per bulan (47,1%), sedangkan sisanya sebanyak 29,4% responden berpenghasilan < 2 juta rupiah dan sebanyak 7,8% responden justru berpenghasilan di atas 10 juta per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi *fintech landing* ternyata diminati oleh pengguna tanpa melihat besar kecil pendapatan.

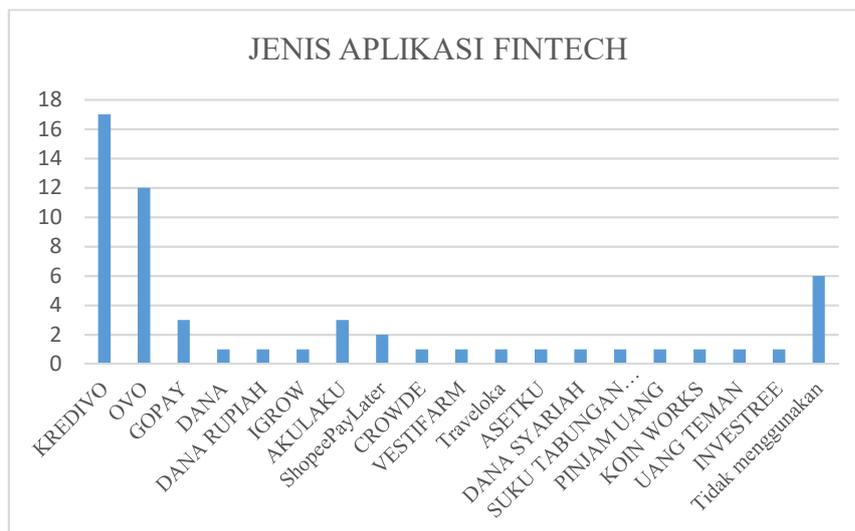




Gambar 4.6 Pendapatan per bulan

#### 4.2.7 Jenis Aplikasi

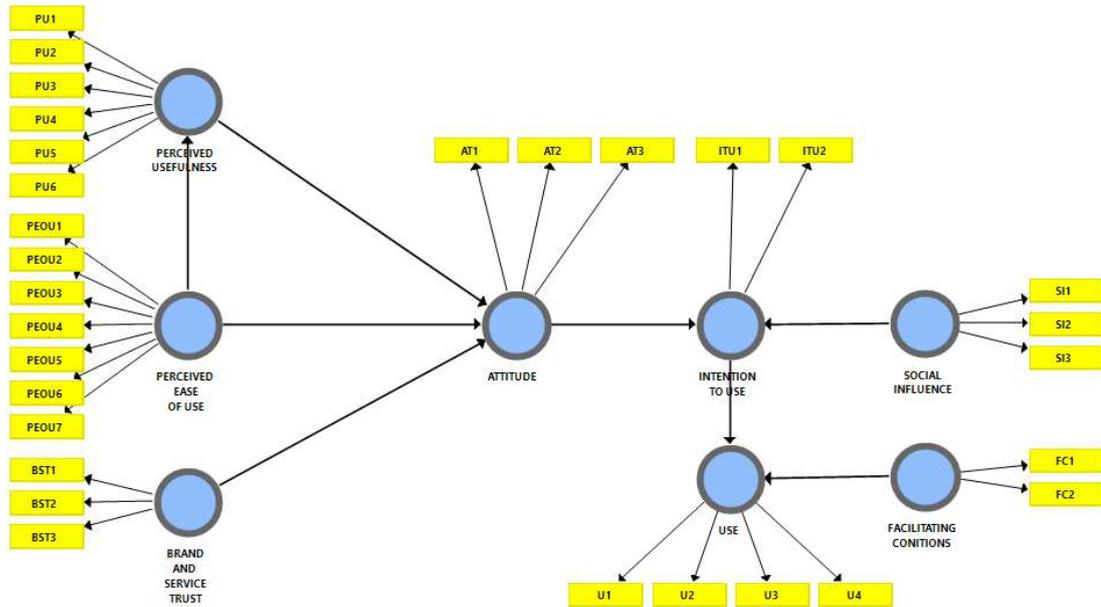
Jenis aplikasi *fintech landing* yang digunakan responden dalam penelitian ini cukup beragam, namun paling banyak digunakan adalah kredivo. Berikut ini adalah gambaran jenis aplikasi yang pernah digunakan responden :



Gambar 4.7 Jenis Aplikasi *Fintech Lending*

### 4.3 Analisis PLS

Dalam penelitian ini, analisis pengaruh antar variabel akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS). Berdasarkan jumlah indikator masing-masing variabel dan rancangan hipotesis dalam penelitian ini, maka spesifikasi model PLS yang akan diestimasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 4.8 Spesifikasi Model PLS

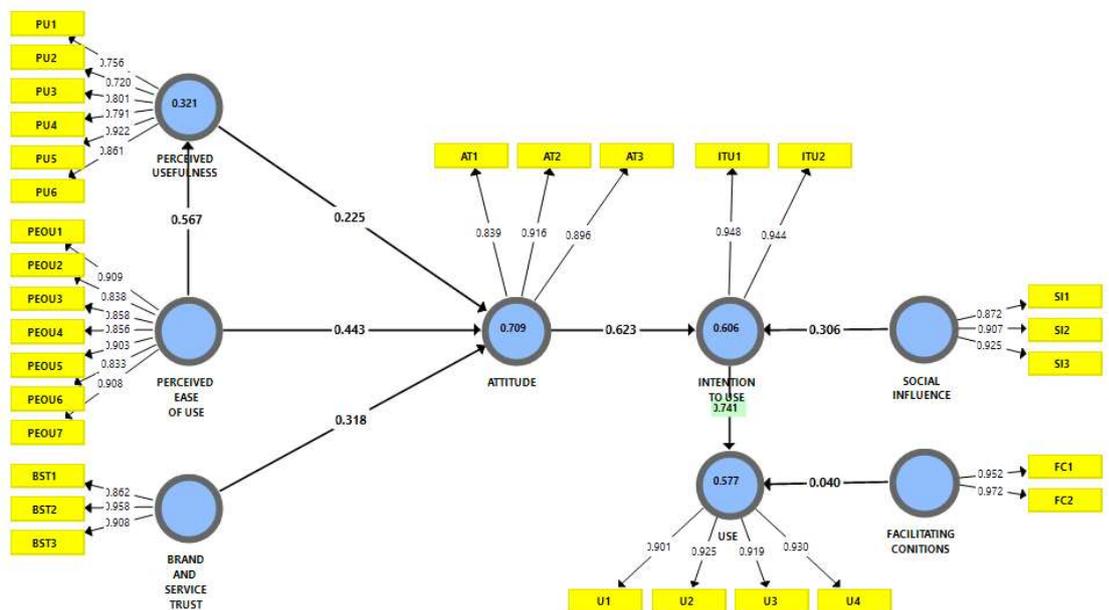
Berdasarkan gambar spesifikasi model PLS pada gambar di atas, dapat dilihat bahwa seluruh konstruk merupakan konstruk *first order*, sehingga tahap – tahap dalam analisis PLS ini meliputi tahap evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*).

#### 4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Tahap pengujian model pengukuran meliputi pengujian *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability*. Hasil analisis PLS dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian jika seluruh indikator dalam model PLS telah memenuhi syarat validitas konvergen, validitas deskriminan dan reliabilitas komposit.

#### 4.3.1.1 Pengujian Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai *loading factor* masing-masing indikator terhadap konstraknya. Untuk penelitian konfirmatori, batas *loading factor* yang digunakan adalah sebesar 0,7, sedangkan untuk penelitian eksploratori maka batas *loading factor* yang digunakan adalah sebesar 0,6 dan untuk penelitian pengembangan, batas *loading factor* yang digunakan adalah 0,5. Oleh karena penelitian ini merupakan penelitian konfirmatori, maka batas *loading factor* yang digunakan adalah sebesar 0,7. Berikut ini adalah hasil estimasi model PLS :



Gambar 4.9 Hasil Estimasi Model PLS dengan Teknik *Algorithm*

Berdasarkan hasil estimasi model PLS pada gambar di atas, dapat dilihat bahwa seluruh indikator pada masing-masing konstruk telah memiliki nilai *loading factor* di atas 0,7 sehingga model PLS dinyatakan telah memenuhi syarat validitas konvergen. Selain dengan melihat nilai *loading factor* masing-masing indikator, validitas konvergen juga harus dinilai dari nilai AVE masing-masing konstruk, seluruh konstruk dalam model PLS dinyatakan telah memenuhi validitas konvergen jika nilai AVE masing-masing konstruk  $> 0,5$ . Nilai AVE masing-masing konstruk selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1 Nilai *Loading factor* dan Nilai AVE

Variabel	Indikator	<i>Loading factor</i>	AVE	Validitas
<i>Attitude</i>	AT1	0,839	0,782	<i>valid</i>
	AT2	0,916		<i>valid</i>
	AT3	0,896		<i>valid</i>
<i>Brand and Service Trust</i>	BST1	0,862	0,828	<i>valid</i>
	BST2	0,958		<i>valid</i>
	BST3	0,908		<i>valid</i>
<i>Facilitating Conditions</i>	FC1	0,952	0,926	<i>valid</i>
	FC2	0,972		<i>valid</i>
<i>Intention to Use</i>	ITU1	0,948	0,895	<i>valid</i>
	ITU2	0,944		<i>valid</i>
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEOU1	0,909	0,762	<i>valid</i>
	PEOU2	0,838		<i>valid</i>
	PEOU3	0,858		<i>valid</i>
	PEOU4	0,856		<i>valid</i>
	PEOU5	0,903		<i>valid</i>
	PEOU6	0,833		<i>valid</i>
	PEOU7	0,908		<i>valid</i>
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	0,756	0,658	<i>valid</i>
	PU2	0,720		<i>valid</i>
	PU3	0,801		<i>valid</i>
	PU4	0,791		<i>valid</i>
	PU5	0,922		<i>valid</i>
	PU6	0,861		<i>valid</i>
<i>Social Influence</i>	SI1	0,872	0,813	<i>valid</i>
	SI2	0,907		<i>valid</i>
	SI3	0,925		<i>valid</i>
<i>Use</i>	U1	0,901	0,844	<i>valid</i>
	U2	0,925		<i>valid</i>
	U3	0,919		<i>valid</i>
	U4	0,930		<i>valid</i>

Sumber : Data diolah (2020) pada Lampiran B dan C

Berdasarkan hasil analisis PLS pada tabel di atas, nilai AVE seluruh konstruk baik yang berupa dimensi maupun variabel telah melebihi 0,5 yang menunjukkan bahwa seluruh indikator pada masing-masing konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen yang disyaratkan.

#### 4.3.1.2 Pengujian Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

*Discriminant validity* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika nilai kuadrat AVE masing-masing konstruk eksogen (nilai pada diagonal) melebihi korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya (nilai di bawah diagonal). Nilai *discriminant validity* dapat dilihat dari nilai *cross loading*, *The Fornell-Larcker criterion*, dan *heterotrait monotrait ratio* (HTMT). Hasil pengujian *discriminant validity* diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.2 *Cross Loading* Indikator

	ATT	BST	FC	ITU	PEOU	PU	SI	USE
AT1	0.839	0.573	0.275	0.490	0.759	0.643	0.124	0.499
AT2	0.916	0.746	0.302	0.690	0.714	0.506	0.395	0.674
AT3	0.896	0.552	0.490	0.728	0.616	0.464	0.329	0.694
BST1	0.575	0.862	0.303	0.541	0.505	0.296	0.582	0.517
BST2	0.715	0.958	0.299	0.504	0.699	0.461	0.426	0.527
BST3	0.636	0.908	0.203	0.396	0.634	0.334	0.292	0.360
FC1	0.325	0.183	0.952	0.358	0.222	0.398	0.375	0.292
FC2	0.435	0.361	0.972	0.452	0.306	0.384	0.498	0.383
ITU1	0.736	0.587	0.410	0.948	0.630	0.488	0.507	0.690
ITU2	0.630	0.404	0.397	0.944	0.461	0.483	0.456	0.746
PEOU1	0.722	0.646	0.145	0.462	0.909	0.489	0.138	0.473
PEOU2	0.651	0.622	0.280	0.473	0.838	0.395	0.263	0.427
PEOU3	0.699	0.504	0.281	0.469	0.858	0.570	0.166	0.469
PEOU4	0.585	0.521	0.312	0.488	0.856	0.363	0.114	0.501
PEOU5	0.708	0.660	0.254	0.522	0.903	0.508	0.245	0.566
PEOU6	0.700	0.638	0.196	0.548	0.833	0.552	0.302	0.701
PEOU7	0.710	0.551	0.264	0.563	0.908	0.542	0.209	0.526
PU1	0.499	0.490	0.353	0.375	0.533	0.756	0.338	0.352
PU2	0.281	0.268	0.310	0.217	0.334	0.720	0.286	0.210
PU3	0.469	0.282	0.392	0.398	0.344	0.801	0.217	0.388
PU4	0.411	0.121	0.251	0.403	0.376	0.791	0.110	0.485
PU5	0.552	0.315	0.301	0.438	0.536	0.922	0.126	0.495
PU6	0.624	0.418	0.364	0.576	0.548	0.861	0.149	0.568
SI1	0.246	0.385	0.452	0.378	0.134	0.198	0.872	0.358
SI2	0.186	0.319	0.413	0.362	0.172	0.258	0.907	0.355
SI3	0.395	0.518	0.397	0.577	0.294	0.211	0.925	0.519
U1	0.557	0.443	0.343	0.605	0.471	0.402	0.512	0.901
U2	0.654	0.442	0.346	0.663	0.511	0.465	0.381	0.925

U3	0.682	0.483	0.288	0.789	0.571	0.511	0.481	0.919
U4	0.693	0.513	0.341	0.706	0.646	0.559	0.367	0.930

Keterangan :

- *Perceived Usefulness* – PU
- *Perceived Ease of use* – PEOU
- *Brand and Service Trust* – BST
- *Attitude* – ATT
- *Intention to Use* – ITU
- *Use* – USE
- *Social Influence* – SI
- *Facilitating Condition* – FC

Dari tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa nilai *cross-loading* indikator pada setiap variabel sudah berada diatas 0,7 yang berarti bahwa hasil pengujian validitas diskriminan berdasarkan kriteria *cross-loading* telah terpenuhi untuk pengukuran model reflektif.

Tabel 4.3 *Disciminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)*

	ATT	BST	FC	ITU	PEOU	PU	SI	USE
ATT	<b>0.884</b>							
BST	0.709	<b>0.910</b>						
FC	0.402	0.295	<b>0.962</b>					
ITU	0.723	0.525	0.427	<b>0.946</b>				
PEOU	0.786	0.679	0.280	0.578	<b>0.873</b>			
PU	0.604	0.405	0.405	0.513	0.567	<b>0.811</b>		
SI	0.326	0.470	0.461	0.510	0.237	0.244	<b>0.902</b>	
USE	0.708	0.514	0.356	0.759	0.602	0.531	0.473	<b>0.919</b>

Dari tabel 4.3 diatas dapat dilihat hasil uji *Fornell-Larcker Criterion* pada tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memiliki nilai akar kuadrat AVE di atas nilai korelasi dengan konstruk laten lainnya misalnya nilai akar kuadrat AVE dari konstruk SI sebesar 0,902, nilai tersebut lebih besar dari pada korelasi antara SI – USE (0,473). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa model telah memenuhi uji validitas deskriminan berdasarkan hasil uji *Fornell-Larcker Criterion*.

Tabel 4.4 *Discriminant Validity* HTMT (*Heterotrait-Monotrait ratio*)

	ATT	BST	FC	ITU	PEOU	PU	SI	USE
ATT								
BST	0,801							
FC	0,444	0,312						
ITU	0,825	0,592	0,466					
PEOU	0,869	0,731	0,297	0,629				
PU	0,670	0,429	0,448	0,557	0,589			
SI	0,343	0,513	0,506	0,548	0,239	0,288		
USE	0,780	0,559	0,379	0,826	0,632	0,556	0,499	

Selanjutnya adalah melakukan uji HTMT pada *discriminant validity*. HTMT disini berguna untuk mengetahui estimasi korelasi antar konstruk. Konstruk bisa dikatakan baik atau memenuhi kriteria apabila nilai HTMT < 0,9 (Hensler et. al., 2015). Dari tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa nilai HTMT sudah berada dibawah 0,9 semua yang berarti semua konstruk sudah memenuhi kriteria *discriminant validity* yang baik.

#### 4.3.1.3 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas konstruk dapat dinilai dari nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability* dari masing-masing konstruk. Nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* yang disarankan adalah lebih dari 0,7, namun pada penelitian pengembangan, oleh karena batas *loading factor* yang digunakan rendah (0,5) maka nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* rendah masih dapat diterima selama persyaratan validitas konvergen dan validitas deskriminan telah terpenuhi.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
ATT	0,860	0,915
BST	0,896	0,935
FC	0,922	0,962
ITU	0,883	0,945
PEOU	0,948	0,957
PU	0,895	0,920
SI	0,888	0,929
USE	0,939	0,956

Hasil uji reliabilitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memiliki nilai *composite reliability* > 0,7 dan *cronbach's alpha* > 0,7 yang

menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi reliabilitas yang disyaratkan.

#### **4.3.2 Evaluasi Model Struktural ( *Inner Model* )**

Evaluasi model struktural meliputi uji signifikansi pengaruh langsung, pengujian pengaruh tidak langsung dan pengukuran besar pengaruh masing – masing variabel eksogen terhadap variabel endogen. Seluruh pengujian ini akan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

##### **4.3.2.1 Evaluasi Koefisien Jalur**

Uji koefisien jalur digunakan untuk menguji apakah ada hubungan keterkaitan antara variabel eksogen dengan variabel endogen dalam suatu model. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

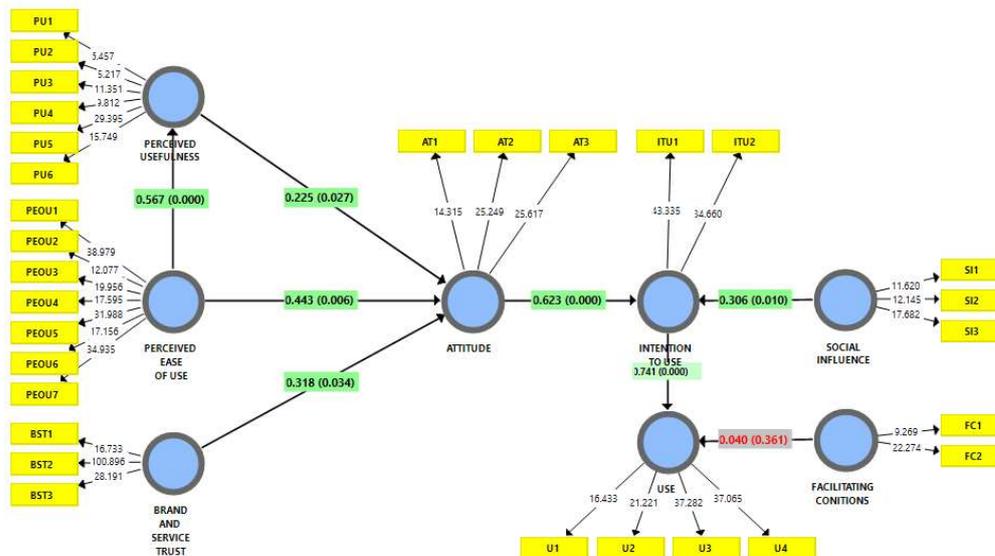
Ho : variabel eksogen tidak berpengaruh positif terhadap variabel endogen

Ha : variabel eksogen berpengaruh positif terhadap variabel endogen

Oleh karena hipotesis penelitian merupakan hipotesis 1 arah, maka Ho ditolak dan disimpulkan bahwa variabel eksogen berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen jika nilai  $p\ value < 0,05$  dan  $t\ hitung > 1,96$ , sedangkan jika nilai  $p\ value > 0,05$  dan  $t\ hitung < 1,65$  maka Ho diterima dan disimpulkan bahwa variabel eksogen tidak berpengaruh terhadap variabel endogen.

Dari hasil uji signifikansi tersebut selanjutnya juga dapat diketahui arah hubungan pengaruh variabel eksogen terhadap endogen. Arah hubungan tersebut dapat diketahui dari nilai original sampel masing-masing hubungan pengaruh. Apabila arah hubungan pengaruh bertanda positif maka pengaruh variabel eksogen terhadap endogen adalah positif/searah sedangkan apabila original sampel bertanda negatif maka arah hubungan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen adalah berlawanan. Hasil estimasi model sebagai acuan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :





Gambar 4.10 Hasil Esttikasi Model PLS *Bootstrapping*

Berdasarkan hasil estimasi model PLS dengan teknik *bootstrapping* di atas, dapat dilihat bahwa 1 jalur terlihat tidak signifikan yaitu jalur yang menghubungkan dimensi akses dengan kepuasan pengguna, sedangkan jalur lainnya signifikan karena memiliki nilai *p value* < 0,05. Hasil uji signifikansi pengaruh langsung ini selengkapya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Hasil *Path Coefficient*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ( O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
ATT → ITU	0.623	0.612	0.115	5.426	0.000
BST → ATT	0.318	0.333	0.173	1.835	0.034
FC → USE	0.040	0.043	0.113	0.356	0.361
ITU → USE	0.741	0.739	0.092	8.083	0.000
PEOU → ATT	0.443	0.423	0.174	2.544	0.006
PEOU → PU	0.567	0.579	0.100	5.651	0.000
PU → ATT	0.225	0.237	0.116	1.933	0.027
SI → ITU	0.306	0.324	0.132	2.318	0.010

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas, maka diperoleh hasil pengujian sebagai berikut :

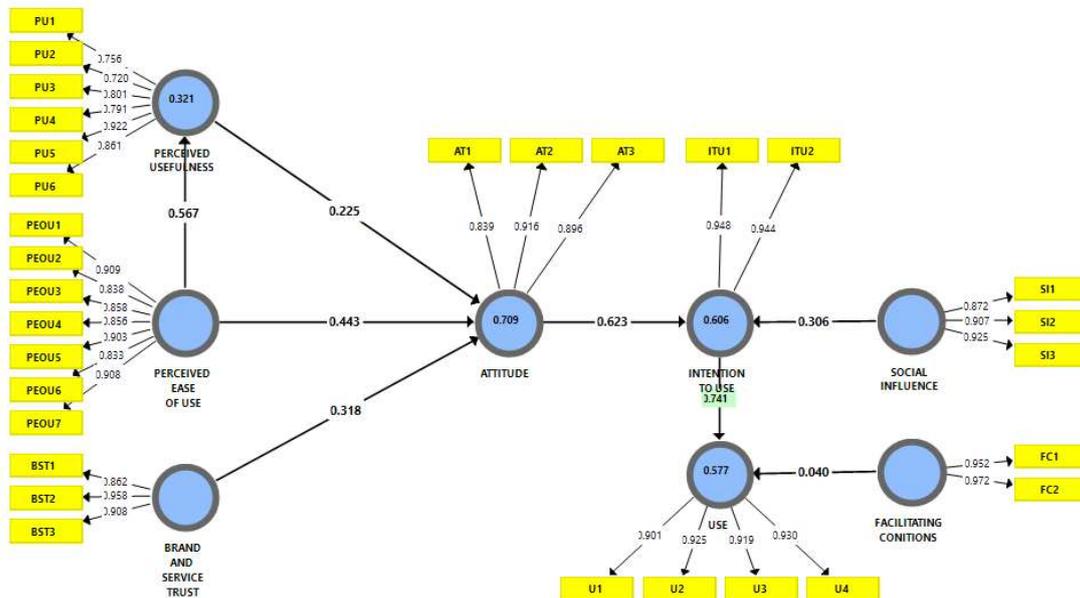
- 1) Nilai *p value* dari pengaruh PEOU terhadap PU adalah sebesar 0,000 dengan T statistik sebesar 5,651 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,567. Oleh

- karena nilai *p value* < 0,05, T statistik > 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa PEOU berpengaruh positif dan signifikan terhadap PU. Besar kontribusi yang diberikan PEOU terhadap PU adalah sebesar 56,7%.
- 2) Nilai *p value* pengaruh PEOU terhadap ATT adalah sebesar 0,006 dengan T statistik sebesar 2,544 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,443. Oleh karena nilai *p value* < 0,05, T statistik > 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa PEOU berpengaruh positif dan signifikan terhadap ATT. Besar kontribusi yang diberikan PEOU terhadap ATT pengguna adalah sebesar 44,3%.
  - 3) Nilai *p value* pengaruh PU terhadap ATT adalah sebesar 0,027 dengan T statistik sebesar 1,933 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,225. Oleh karena nilai *p value* < 0,05, T statistik > 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa PU berpengaruh positif dan signifikan terhadap ATT. Besar kontribusi yang diberikan PEOU terhadap ATT pengguna adalah sebesar 22,5%.
  - 4) Nilai *p value* pengaruh BST terhadap ATT adalah sebesar 0,034 dengan T statistik sebesar 1,835 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,318. Oleh karena nilai *p value* < 0,05, T statistik > 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa BTS berpengaruh positif dan signifikan terhadap ATT. Besar kontribusi yang diberikan BST terhadap ATT pengguna adalah sebesar 31,8%.
  - 5) Nilai *p value* pengaruh ATT terhadap ITU adalah sebesar 0,000 dengan T statistik sebesar 5,426 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,623. Oleh karena nilai *p value* < 0,05, T statistik > 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa *attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Besar kontribusi yang diberikan ATT terhadap ITU pengguna adalah sebesar 62,3%.
  - 6) Nilai *p value* pengaruh SI terhadap ITU adalah sebesar 0,010 dengan T statistik sebesar 2,318 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,306. Oleh karena nilai *p value* < 0,05, T statistik > 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Besar kontribusi yang diberikan SI terhadap ITU pengguna adalah sebesar 30,6%.

- 7) Nilai *p value* pengaruh ITU terhadap Use adalah sebesar 0,000 dengan T statistik sebesar 8,083 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,741. Oleh karena nilai *p value* < 0,05, T statistik > 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa *intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use*. Besar kontribusi yang diberikan ITU terhadap Use / penggunaan aplikasi adalah sebesar 74,1%.
- 8) Nilai *p value* pengaruh FC terhadap Use adalah sebesar 0,361 dengan T statistik sebesar 0,356 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,040. Oleh karena nilai *p value* > 0,05, T statistik < 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa FC tidak berpengaruh terhadap Use / penggunaan aplikasi *fintech landing*.

#### 4.3.2.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan salah satu ukuran untuk mengevaluasi struktural model dan digunakan sebagai ukuran kekuatan prediksi model dimana mewakili pengaruh kombinasi variabel eksogen terhadap variabel endogen. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel eksogen dapat menjelaskan variansi variabel endogen. Menurut Chin (1998) dalam Ghazali (2012: 27), nilai  $R^2$  sebesar 0,67 menunjukkan kekuatan model kuat, nilai  $R^2$  sebesar 0,33 menunjukkan kekuatan moderat dan nilai  $R^2$  sebesar 0,19 menunjukkan kekuatan lemah atau kurang (Chin, 1998). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) berkisar antara 0 dan 1 dimana semakin dekat dengan angka 1 berarti semakin besar kekuatan variabel eksogen memprediksi model. Hasil dari PLS *R-square* menggambarkan jumlah variansi dari konstruk yang dijelaskan oleh model sehingga apabila nilai  $R^2 \geq 0,67$  artinya variabel eksogen mampu (kuat) untuk menjelaskan variansi variabel endogen (Ghozali dan Latan, 2015).



Gambar 4.11 Output R-Square

Dari gambar 4.10 diatas dapat dilihat bahwa nilai R-square variabel USE sebesar 0.577, variabel ITU sebesar 0.606, variabel ATT sebesar 0.709, dan variabel PU sebesar 0.321. Hasil tersebut bisa dilihat pada tabel 4.6 dibawah ini.

Tabel 4.7 Hasil Uji R<sup>2</sup>

	<b>R Square</b>	<b>Kekuatan</b>
ATT	0.709	Kuat
ITU	0.606	Moderat
PU	0.321	Moderat
USE	0.577	Moderat

Hasil uji R<sup>2</sup> pada tabel 4.1 dapat diketahui kekuatan model dari :

1. ATT memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 0,709 yang artinya kekuatan prediksi variabel eksogen (PU, PEOU, BST) terhadap variabel endogen (ATT) sebesar 70,9% dan dianggap bahwa variabel PU, PEOU, dan BST mampu (kuat) menjelaskan variansi variabel ATT, sisanya dijelaskan variabel diluar yang diteliti.
2. ITU memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 0,606 yang artinya kekuatan prediksi variabel eksogen (PU, PEOU, BST, ATT, SI) terhadap variabel endogen (ITU) sebesar 60,6% dan dianggap bahwa kekuatan variabel PU,

PEOU, BST, ATT dan SI adalah moderat dalam menjelaskan variansi variabel ITU, sisanya dijelaskan variabel diluar yang diteliti.

3. PU memiliki nilai koefisien determinansi sebesar 0,321 yang artinya kekuatan prediksi variabel eksogen (PEOU) terhadap variabel endogen (PU) sebesar 32,1% dan dianggap bahwa kekuatan variabel PEOU adalah moderat dalam menjelaskan variansi variabel PU, sisanya dijelaskan variabel diluar yang diteliti.
4. USE memiliki nilai koefisien determinansi sebesar 0,577 yang artinya kekuatan prediksi variabel eksogen (PU, PEOU, BST, ATT, ITU, SI, FC) terhadap variabel endogen (USE) sebesar 57,7% dan dianggap bahwa kekuatan variabel PU, PEOU, BST, ATT, ITU, SI, dan FC adalah moderat dalam menjelaskan variansi variabel USE, sisanya dijelaskan variabel diluar yang diteliti.

#### 4.3.2.3 Evaluasi Nilai $f^2$ (*Size Effect*)

Selain mengevaluasi adakah hubungan yang signifikan atau tidak antar variabel, tambahan untuk mengevaluasi konstruk endogen yaitu juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan *Effect Size* atau *f-square* (Wong, 2013). Nilai  $f^2$  disini dipergunakan untuk menilai pengaruh substansif variabel eksogen tertentu terhadap variabel endogen ketika suatu konstruk dikeluarkan atau ditambahkan ke dalam model terhadap perubahan nilai  $R^2$ . Nilai  $f^2$  dibagi menjadi 3 kategori : 0,02 memiliki pengaruh kecil, 0,15 memiliki pengaruh sedang, dan nilai 0,35 memiliki pengaruh besar. Nilai kurang dari 0,02 bisa dabaikan atau dianggap tidak ada efek (Sarstedt dkk., 2017).

Tabel 4.8 Hasil Uji  $f^2$

	$f^2$	Besar Pengaruh
<i>Attitude – Intention to use</i>	0,881	Besar
<i>Brand and service trust - Attitude</i>	0,187	Sedang
<i>Facilitating Condition - use</i>	0,003	Tidak memiliki efek
<i>Intention to use - use</i>	1,062	Besar
<i>Perceived ease of use - Attitude</i>	0,294	Sedang
<i>Perceived ease of use - Perceived usefulness</i>	0,474	Besar
<i>Perceived usefulness - Attitude</i>	0,117	Kecil
<i>Social influence - Intention to use</i>	0,213	Sedang

Dari tabel diatas dapat dilihat :

1. Pengaruh variabel *attitude* terhadap variabel *intention to use* adalah besar dengan nilai  $f^2 = 0,881$  yang berarti variabel *attitude* memiliki efek yang besar terhadap variabel *intention to use*.
2. Pengaruh variabel *brand and service trust* terhadap variabel *attitude* adalah sedang dengan nilai  $f^2 = 0,187$  yang berarti variabel *brand and service trust* memiliki efek yang sedang terhadap variabel *attitude*.
3. Pengaruh variabel *facilitating condition* terhadap variabel *use* adalah tidak memiliki efek dengan nilai  $f^2 = 0,003$  yang berarti variabel *facilitating condition* tidak memiliki efek terhadap variabel *use*.
4. Pengaruh variabel *intention to use* terhadap variabel *use* adalah besar dengan nilai  $f^2 = 1,062$  yang berarti variabel *intention to use* memiliki efek yang besar terhadap variabel *use*.
5. Pengaruh variabel *perceived ease of use* terhadap variabel *attitude* adalah sedang dengan nilai  $f^2 = 0,294$  yang berarti variabel *perceived ease of use* memiliki efek yang sedang terhadap variabel *attitude*.
6. Pengaruh variabel *perceived ease of use* terhadap variabel *perceived usefulness* adalah besar dengan nilai  $f^2 = 0,474$  yang berarti variabel *perceived ease of use* memiliki efek yang besar terhadap variabel *perceived usefulness*.
7. Pengaruh variabel *perceived usefulness* terhadap variabel *attitude* adalah kecil dengan nilai  $f^2 = 0,117$  yang berarti variabel *perceived usefulness* memiliki efek yang kecil terhadap variabel *attitude*.
8. Pengaruh variabel *social influence* terhadap variabel *intention to use* adalah sedang dengan nilai  $f^2 = 0,213$  yang berarti variabel *social influence* memiliki efek yang sedang terhadap variabel *intention to use*.

Tabel 4.9 *Total Effects f<sup>2</sup>*

	<i>Total Effects</i>	<b>Besarnya Pengaruh</b>
<i>Attitude - Use</i>	0,46	Besar
<i>Brand and service trust - Use</i>	0,15	Sedang
<i>Facilitating condition - Use</i>	0,04	Kecil
<i>Intention to use - Use</i>	0,74	Besar
<i>Perceived Usefulness - Use</i>	0,26	Sedang
<i>Perceived ease of use - Use</i>	0,10	Kecil
<i>Social influence - Use</i>	0,23	Sedang

Dari tabel 4.9 diatas dapat dilihat hasil *total effects* bahwa variabel *facilitating condition* secara keseluruhan memiliki pengaruh yang paling kecil terhadap variabel *use*. Hal ini mendukung hasil dari uji *effect size f<sup>2</sup>* yang berarti bahwa variabel *facilitating condition* memiliki pengaruh yang kecil ketika dihapus atau ditambahkan ke dalam model.

#### 4.3.2.4 Hasil Uji Q-Square

Evaluasi model PLS dapat dilakukan dengan evaluasi nilai *Cross-validated redundancy* atau *Q-square* ( $Q^2$ ). Nilai  $Q^2$  adalah nilai *predictive relevance* sedangkan *Q-square test* digunakan untuk menilai *predictive relevance*. Ketika nilai  $Q^2 > 0$  maka artinya model mempunyai *predictive relevance* dan ketika  $Q^2 < 0$  artinya model kurang memiliki *predictive relevance* (Gozhali dan Latan, 2015). Menurut Setiawan (2020), nilai  $Q^2$  pada variabel endogen dikatakan baik (*fit*) apabila nilainya lebih besar dari variabel eksogen. Batasan nilai  $Q^2$  adalah jika  $Q^2 > 0$  validitas relevansi prediktif lemah;  $Q^2 > 0,25$  validitas relevansi prediktif moderat;  $Q^2 > 0,50$  validitas relevansi prediktif kuat (Hair et. al., 2017). Berikut adalah nilai  $Q^2$  :

Tabel 4.10 Hasil Uji Q<sup>2</sup>

	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)	Keterangan
<i>Attitude</i>	153,000	71,500	0,533	Kuat
<i>Intention to use</i>	102,000	51,087	0,499	Kuat
<i>Perceived usefulness</i>	306,000	248,206	0,189	Moderat
<i>Use</i>	204,000	108,873	0,466	Kuat

Dari tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa nilai Q<sup>2</sup> sudah berada diatas 0 semua yang artinya bahwa variabel tersebut mempunyai *predictive relevance* terhadap model penelitian ini dengan tingkatan dari moderat hingga kuat.

#### 4.3.2.5 Hasil Uji q<sup>2</sup> Effect Size

Pada pengujian q<sup>2</sup> ini belum bisa dilakukan secara otomatis dengan *smartPLS* 3.0 karena belum disediakan oleh karena itu pengerjaan untuk pengujian ini dilakukan secara manual. *Rule of thumb* dari q<sup>2</sup> effect size adalah 0,02 (*small*), 0,15 (*medium*), 0,35 (*large*) (Hair et. al., 2017). Berikut adalah rumus mencari q<sup>2</sup>

$$q^2 = \frac{Q^2 \text{ included} - Q^2 \text{ excluded}}{1 - Q^2 \text{ included}}$$

Tabel 4.11 Hasil Uji q<sup>2</sup> Effect Size

	Q <sup>2</sup> included	Q <sup>2</sup> excluded	q <sup>2</sup> effect size	Keterangan
BST - ATT	0,533	0,496	0,079	<i>Small effect</i>
PEOU - ATT	0,533	0,472	0,131	<i>Small effect</i>
PU - ATT	0,533	0,512	0,045	<i>Small effect</i>
ATT - ITU	0,499	0,204	0,589	<i>Large effect</i>
SI - ITU	0,499	0,533	-0,068	<i>no effect</i>
PEOU - PU	0,189	0	0,233	<i>Medium effect</i>
ITU - USE	0,466	0,099	0,687	<i>Large effect</i>
FC - USE	0,466	0,468	-0,004	<i>no effect</i>

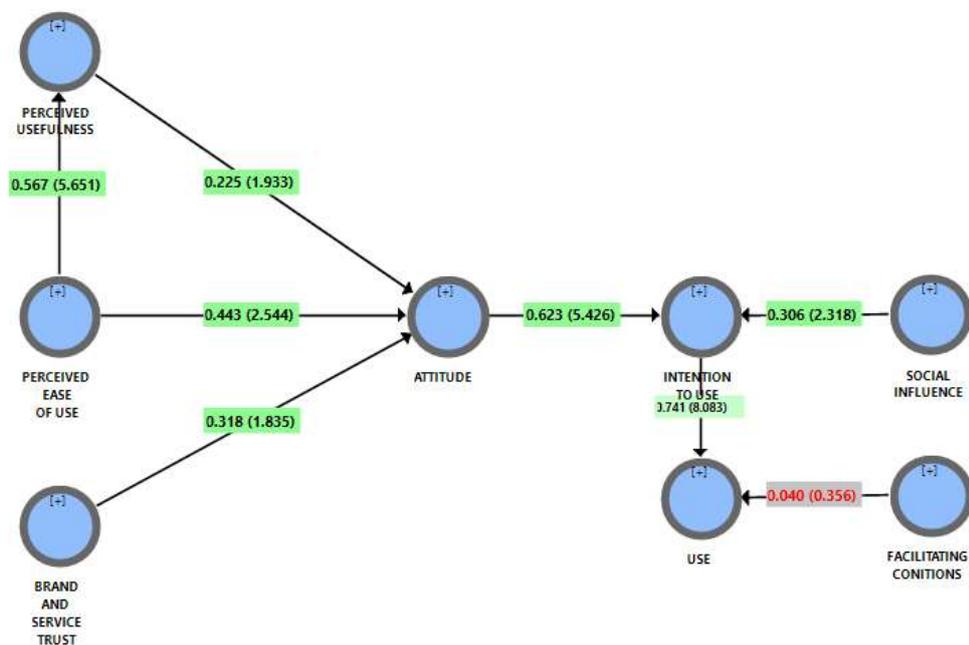
Dari tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa untuk variabel BST, PEOU, dan Pu terhadap variabel ATT memiliki *effect size* yang kecil, untuk varabel



PEOU terhadap PU memiliki *effect size* medium, untuk variabel ATT terhadap ITU dan ITU terhadap USE memiliki *effect size* yang besar, sedangkan untuk SI terhadap ITU dan FC terhadap USE tidak memiliki *effect size*.

#### 4.4 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis PLS, diperoleh gambar diagram PLS dan ringkasan hasil pengujian hipotesis penelitian sebagai berikut :



Gambar 4.12 Simple Model PLS Hasil *Bootstrapping* 500

Berdasarkan gambar model di atas dan hasil analisis PLS dalam penelitian ini diperoleh tabel ringkasan pengujian hipotesis sebagai berikut :

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

No	Uraian	Path Coefficient	T Statistik	P value	Keputusan yang didapat	Kesimpulan untuk hipotesis
1	<i>Perceived ease of use</i> (PEOU) memiliki efek positif terhadap <i>perceived usefulness</i> (PU)	0,567	5,651	0,000	Signifikan	diterima
2	<i>Perceived ease of use</i> (PEOU) memiliki efek positif terhadap <i>attitude</i> (AT)	0,443	2,544	0,006	Signifikan	diterima
3	<i>Perceived usefulness</i> (PU) memiliki efek positif yang terhadap <i>attitude</i> (AT)	0,225	1,933	0,027	Signifikan	diterima
4	<i>Brand and service trust</i> (BST) memiliki efek positif terhadap <i>attitude</i> (AT)	0,318	1,835	0,034	Signifikan	diterima
5	<i>Attitude</i> (AT) memiliki efek positif yang terhadap <i>Intention to use</i>	0,623	5,426	0,000	Signifikan	diterima
6	<i>Social influence</i> memiliki efek positif yang terhadap <i>Intention to use</i>	0,306	2,318	0,010	Signifikan	diterima
7	<i>Intention to use</i> memiliki efek positif yang terhadap <i>Use</i>	0,741	8,083	0,000	Signifikan	diterima
8	<i>Facilitating conditions</i> memiliki efek positif yang terhadap <i>Use</i>	0,040	0,356	0,361	Tidak Signifikan	ditolak

Penjelasan dari masing masing hasil pengujian hipotesis penelitian pada tabel di atas adalah sebagai berikut :

1) Hipotesis 1

Nilai *p value* pengaruh PEOU terhadap PU adalah sebesar 0,000 dengan T statistik sebesar 5,651 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,567. Oleh karena nilai *p value* < 0,05, T statistik > 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa PEOU berpengaruh positif dan signifikan terhadap PU. Besar kontribusi yang diberikan PEOU terhadap PU adalah sebesar 56,7%. Hal ini mendukung hipotesis 1 dalam penelitian ini sehingga hipotesis 1 diterima.

2) Hipotesis 2

Nilai *p value* pengaruh PEOU terhadap Attitude adalah sebesar 0,006 dengan T statistik sebesar 2,544 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,443. Oleh karena nilai *p value* < 0,05, T statistik > 1,65 dan koefisien jalur positif maka

dapat disimpulkan bahwa PEOU berpengaruh positif dan signifikan terhadap ATT. Besar kontribusi yang diberikan PEOU terhadap attitude pengguna adalah sebesar 44,3%. Hal ini mendukung hipotesis 2 dalam penelitian ini sehingga hipotesis 2 diterima.

3) Hipotesis 3

Nilai *p value* pengaruh PU terhadap *Attitude* adalah sebesar 0,027 dengan T statistik sebesar 1,933 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,225. Oleh karena nilai *p value* < 0,05, T statistik > 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa PU berpengaruh positif dan signifikan terhadap ATT. Besar kontribusi yang diberikan PEOU terhadap attitude pengguna adalah sebesar 22,5%. Hal ini mendukung hipotesis 3 dalam penelitian ini sehingga hipotesis 3 diterima.

4) Hipotesis 4

Nilai *p value* pengaruh BST terhadap *Attitude* adalah sebesar 0,034 dengan T statistik sebesar 1,835 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,318. Oleh karena nilai *p value* < 0,05, T statistik > 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa BST berpengaruh positif dan signifikan terhadap ATT. Besar kontribusi yang diberikan BST terhadap *attitude* pengguna adalah sebesar 31,8%. Hal ini mendukung hipotesis 4 dalam penelitian ini sehingga hipotesis 4 diterima.

5) Hipotesis 5

Nilai *p value* pengaruh ATT terhadap ITU adalah sebesar 0,000 dengan T statistik sebesar 5,426 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,623. Oleh karena nilai *p value* < 0,05, T statistik > 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa *attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Besar kontribusi yang diberikan *attitude* terhadap *intention to use* pengguna adalah sebesar 52,3%. Hal ini mendukung hipotesis 5 dalam penelitian ini sehingga hipotesis 5 diterima.

6) Hipotesis 6

Nilai *p value* pengaruh SI terhadap ITU adalah sebesar 0,010 dengan T statistik sebesar 2,318 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,306. Oleh karena nilai *p value* < 0,05, T statistik > 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

*intention to use*. Besar kontribusi yang diberikan *social influence* terhadap *intention to use* pengguna adalah sebesar 30,6%. Hal ini mendukung hipotesis 6 dalam penelitian ini sehingga hipotesis 6 diterima.

7) Hipotesis 7

Nilai *p value* pengaruh *Intention to use* terhadap USE adalah sebesar 0,000 dengan T statistik sebesar 8,083 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,741. Oleh karena nilai *p value* < 0,05, T statistik > 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa *intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use*. Besar kontribusi yang diberikan *intention to use* terhadap penggunaan aplikasi adalah sebesar 74,1%. Hal ini mendukung hipotesis 7 dalam penelitian ini sehingga hipotesis 7 diterima.

8) Hipotesis 8

Nilai *p value* pengaruh *facilitating conditions* terhadap *use* adalah sebesar 0,361 dengan T statistik sebesar 0,356 dan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,040. Oleh karena nilai *p value* > 0,05, T statistik < 1,65 dan koefisien jalur positif maka dapat disimpulkan bahwa *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *fintech landing*. Hal ini tidak mendukung hipotesis 8 dalam penelitian ini sehingga hipotesis 8 ditolak.

## **BAB V**

### **ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA**

Pada bab ini berisi penjelasan tentang hasil analisa yang telah dilakukan di bab sebelumnya berdasarkan pengumpulan dan pengolahan data.

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai hasil penelitian yang dikaitkan dengan teori mengenai model TAM dan kaitan hasil penelitian dengan penelitian terdahulu. Berikut ini adalah pembahasan mengenai hasil penelitian dan kaitannya dengan hasil penelitian terdahulu :

#### **5.1 Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner *online* kepada responden. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* karena untuk mempermudah responden dalam pengisian dan karena jangkauan pencarian responden luas sebab tidak semua orang menggunakan *fintech lending* maka pencarian responden bisa lebih mudah dengan hanya menggunakan kuesioner *online*. Kuesioner disebarakan melalui media sosial seperti *facebook*, *Instagram*, dan melalui *Whatsapp* dan *Email*. Jumlah kuesioner yang diolah sebanyak 51 kuesioner. Data yang dikumpulkan tersebut kemudian diinput dan disimpan menjadi file berekstensi *.csv* dan selanjutnya dilakukan pengolahan data. Semua responden terdiri dari mahasiswa, wirausaha, karyawan, dan swasta dengan rentang usia 17 tahun sampai 45 tahun dan dianggap paham dan telah terbiasa menggunakan aplikasi-aplikasi *fintech lending*.

Karakteristik responden untuk penelitian ini terdiri dari gambaran jenis kelamin, usia, domisili, pekerjaan, pendidikan terakhir, pendapatan per bulan, dan produk *fintech lending* yang digunakan. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa aplikasi *fintech landing* lebih banyak digunakan oleh pengguna berjenis kelamin laki laki daripada perempuan dengan rentang usia antara 36 – 40 tahun, hal dimungkinkan ini karena usia tersebut adalah usia dimana seseorang diprediksi telah berkeluarga, memiliki kebutuhan hidup yang banyak dan sebagian besar rentang usia tersebut cukup familiar dengan aplikas – aplikasi *online* yang dapat

diakses melalui gadgetnya. Sebanyak 63% responden berdomisili di Surabaya sedangkan sisanya berada di kota lain. Hal ini dikarenakan kebanyakan responden yang mau mengisi kuesioner kebetulan berada di lingkup kota Surabaya karena peneliti juga berdomisili di Surabaya. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta (55%), sebagian masih mahasiswa (33,3%), dan sisanya bekerja sebagai pegawai negeri, wiraswasta, dan investor. Hal ini kemungkinan dikarenakan responden kebanyakan pekerja swasta dan mahasiswa yang memakai aplikasi *fintech lending* memiliki suatu kebutuhan yang lebih atau mendesak atau hanya sekedar mencoba saja. Tingkat pendidikan responden didominasi oleh responden yang berpendidikan SMA, Diploma, dan Sarjana sedangkan sisanya berpendidikan dari SD-SMP. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi *fintech lending* diminati oleh responden dari berbagai tingkat pendidikan. Pendapatan perbulan responden yang menggunakan aplikasi *fintech lending* memiliki pendapatan 2 – 4 juta rupiah per bulannya. Minimnya pendapatan bisa jadi salah satu faktor responden menggunakan aplikasi *fintech lending*. Jenis aplikasi *fintech lending* yang digunakan kebanyakan adalah kredivo. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor mengapa responden lebih banyak menggunakan kredivo, salah satunya persyaratannya yang mudah dan cepat disetujui untuk peminjaman dana.

### **5.1.1 Analisis Pengolahan PLS-SEM**

Analisis pada penelitian ini menggunakan PLS-SEM dikarenakan jumlah responden terbatas, pengujian dapat dilakukan tanpa dasar teori yang kuat, mengabaikan beberapa asumsi (non-parametrik) dan parameter ketepatan model prediksi dilihat dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), oleh karena itu PLS-SEM sangat tepat digunakan pada penelitian untuk pengembangan teori (Gozhali dan Latan, 2015). Pendekatan yang digunakan untuk penelitian ini adalah TAM dan UTAUT. TAM adalah suatu model penerimaan dan adopsi teknologi (Davis, 1986) sedangkan UTAUT adalah model yang bertujuan menjalskan maksud pengguna dalam menggunakan suatu system informasi dan penggunaan berikutnya (Firdauzy, 2017) dan keduanya berhubungan pandangan, sikap dan persepsi seseorang. Hal ini mendukung untuk penelitian ini bahwa model yang cocok untuk digunakan adalah

model konstruk dengan indikator berbentuk reflektif. Pendapat yang menyatakan bahwa konstruk yang seperti personalitas atau sikap dipandang sebagai faktor yang menimbulkan sesuatu yang kita amati (Fornell dan Bookstein, 1982) juga mendukung bahwa penelitian cocok menggunakan model reflektif.

### 5.1.2 Pembahasan Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau biasa disebut *outer model* meliputi pengujian *convergent validity*, *discriminant validity*, dan uji reliabilitas dimana hasil analisis dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian jika seluruh indikator dalam model PLS telah memenuhi syarat validitas konvergen, validitas diskriminan, dan uji reliabilitas.

Pada pengujian validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai dari *loading factor* pada masing-masing indikator terhadap konstruksya dan nilai AVE. Untuk penelitian konfirmatori, batas *loading factor* yang digunakan adalah sebesar 0,7, sedangkan untuk penelitian eksploratori maka batas *loading factor* yang digunakan adalah sebesar 0,6 dan untuk penelitian pengembangan, batas *loading factor* yang digunakan adalah 0,5. Oleh karena penelitian ini merupakan penelitian konfirmatori, maka batas *loading factor* yang digunakan adalah sebesar 0,7. Sedangkan batas untuk nilai AVE agar dikatakan valid adalah  $AVE > 0,5$ . Dari hasil *running* data bisa dilihat pada tabel 4.1 dimana semua indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen yang disyaratkan.

Selanjutnya dilakukan uji validitas diskriminan dimana pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Ada tiga macam uji validitas diskriminan yaitu melihat nilai *cross-loading*, *The Fornell-Larcker criterion*, dan uji *heterotrait-monotrait ratio* (HTMT). Untuk nilai *cross-loading* dapat dilihat pada tabel 4.2, ilia *cross-loading* indicator pada setiap variabel sudah berada diatas 0,7 yang berarti hasil pengujian berdasarkan kriteria *cross-loading* telah terpenuhi untuk pengukuran model reflektif. Selanjutnya adalah uji *The Fornell-Larcker criterion*, dimana konstruk dikatakan memenuhi persyaratan jika memiliki nilai akar kuadrat AVE diatas nilai korelasi dengan konstruk laten lainnya. Pada tabel 4.3 dapat dilihat hasil uji *The Fornell-Larcker criterion* bahwa semua nilai akar

kuadrat AVE sudah berada diatas nilai korelasi dengan konstruk laten lainnya yang artinya bahwa model telah memenuhi uji validitas diskriminan berdasarkan uji *The Fornell-Larcker criterion*. Dan yang terakhir adalah uji HTMT pada validitas diskriminan, uji HTMT ini berguna untuk mengetahui estimasi korelasi antrar konstruk. Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai HTMT sudah berada dibawah 0,9 (HTMT < 0,9 (Hensler et. al., 2015)) semua yang berarti semua konstruk sudah memenuhi kriteria validitas diskriminan yang baik.

Pada pengujian reliabilitas, dapat dilihat dari nilai *Cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability* dari masing-masing konstruk. *The rule of thumb* nilai *cronbach' alpha* dan nilai *composite reliability* disarankan lebih dari 0,7 (Hair et. al., 2012). Dari tabel 4.5 untuk nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability* sudah berada diatas 0,7 semua yang artinya bahwa konstruk telah memenuhi uji reliabilitas yang disyaratkan.

### 5.1.3 Pembahasan Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Pada subbab ini berisi tentang analisa evluasi model struktural atau biasa disebut *inner model*. Analisa model structural dilakukan dengan melihat nilai evaluasi koefisien jalur, nilai koefisien determinan ( $R^2$ ), dan nilai *effect size f<sup>2</sup>*. Uji koefisien jalur digunakan untuk menguji apakah ada hubungan keterkaitan antara variabel eksogen dengan variabel endogen dalam suatu model. Ho ditolak dan disimpulkan bahwa variabel eksogen berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen jika nilai *p value* < 0,05 dan t hitung > 1,96, sedangkan jika nilai *p value* > 0,05 dan t hitung < 1,65 maka Ho diterima dan disimpulkan bahwa variabel eksogen tidak berpengaruh terhadap variabel endogen. Dari hasil yang didapatkan bisa dilihat pada tabel 4.5 bahwa ada satu variabel eksogen (*facilitating condition*) yang tidak berpengaruh terhadap varabel endogen (*use*) karena nilai *p value* > 0,05 dan T statistik < 1,65.

Untuk koefisien determinan digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel eksogen dapt menjelaskan variansi variabel endogen. Menurut Chin (2012) nilai  $R^2$  sebesar 0,67 ; 0,33, dan 0,19 menuntukkan kekuatan model kuat, moderat, dan lemah atau kurang. Hasil yang didapat bisa dilihat dari tabel 4.6 dimana



variabel endogen (*attitude*) memiliki nilai  $R^2$  (0,709) paling besar dari pada variabel endogen lainnya (*intention to use, perceived usefulness, use*) yang artinya bahwa kekuatan prediksi variabel eksogen (*perceived usefulness, perceived ease of use, brand and service trust*) terhadap variabel endogen (*attitude*) sebesar 70,9% dan mampu menjelaskan variansi variabel *attitude*. Untuk variabel endogen lainnya memiliki kekuatan moderat (*intention to use, perceived usefulness, use*) dimana variabel endogen tersebut tetap bisa dijelaskan oleh variabel eksogennya masing-masing meskipun belum masuk dalam kategori kuat.

Sedangkan *effect size*  $f^2$  digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel eksogen jika dikeluarkan atau ditambahkan kedalam model. Nilai  $f^2$  dibagi menjadi 3 kategori level yaitu 0,02 ; 0,15, dan 0,35 yang artinya memiliki pengaruh kecil, sedang, dan besar. Dari tabel 4.7 dapat dilihat bahwa ada 2 variabel eksogen yang besar pengaruhnya terhadap variabel endogen yaitu variabel eksogen *attitude* dengan variabel endogen *intention to use* dan variabel eksogen *intention to use* dengan variabel endogen *use*. Dan ada beberapa variabel eksogen yang memiliki *effect size* yang kecil bahkan ada variabel eksogen tidak memiliki *effect size* terhadap variabel endogennya seperti pada variabel eksogen *facilitating condition* dengan variabel endogen *use* yang hanya memiliki nilai  $f^2$  sebesar 0,003. Dari tabel 4.8 juga dapat dilihat hasil *total effects* bahwa variabel *facilitating condition* secara keseluruhan memiliki pengaruh yang paling kecil terhadap variabel *use*. Hal ini mendukung hasil dari uji *effect size*  $f^2$  yang berarti bahwa variabel *facilitating condition* memiliki pengaruh yang kecil ketika dihapus atau ditambahkan ke dalam model. Meskipun tidak semua kekuatan prediktif pada variabel memiliki kekuatan yang besar, dan beberapa variabel eksogen terhadap variabel endogennya juga ada yang memiliki efek yang kecil bahkan tidak ada, tetapi hasil tersebut masih bisa digunakan untuk penunjang pengembangan model penelitian ini.

#### 5.1.3.1 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

Pada penelitian ini terdapat delapan hipotesis yang disusun untuk pengembangan penelitian tentang *fintech lending*. Hipotesis pertama menyatakan bahwa *perceived ease to use* memiliki efek positif terhadap *perceived usefulness*.

Hal ini didukung oleh hasil yang ditemukan pada penelitian ini yaitu hipotesis pertama diterima dimana hasil yang ditemukan adalah variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *perceived usefulness* yang berarti bahwa semakin tinggi persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan aplikasi *fintech lending*, maka semakin tinggi persepsi manfaat aplikasi bagi pengguna. Besar kontribusi yang diberikan *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* adalah sebesar 56,7%. *Perceived usefulness* memiliki arti bahwa sejauh mana orang mempersepsikan bahwa menggunakan teknologi tertentu dapat membantu meningkatkan kinerja dan merupakan faktor untuk melihat adopsi teknologi (Venkatesh, et al., 2003). Sedangkan *Perceived ease of use* diartikan bahwa sejauh mana seseorang menggunakan teknologi dengan mudah (Davis, 1989). Kemudahan dalam menggunakan aplikasi *fintech lending* memberikan manfaat bagi penggunanya. Hal ini dibuktikan dengan bertambahnya jumlah akun peminjam, sesuai laporan ikhtisar data keuangan *fintech peer to peer lending* periode 2018 dan periode 2019, per bulan Januari 2018 yang hanya berjumlah 330.154 akun, di bulan Januari 2019 menjadi 5.160.120 akun. Dari penjelasan diatas menyatakan bahwa hipotesis pertama diterima.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa *perceived ease to use* memiliki efek positif terhadap *attitude*. Hal ini didukung oleh hasil yang ditemukan pada penelitian ini yaitu hipotesis kedua diterima dimana hasil yang ditemukan adalah variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude*, yang berarti bahwa semakin tinggi persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan aplikasi *fintech lending*, maka semakin tinggi sikap pengguna untuk menggunakan aplikasi *fintech lending* tersebut. Besar kontribusi yang diberikan *perceived ease of use* terhadap *attitude* pengguna adalah sebesar 44,3%. Hal ini sesuai dengan penelitian Davis (1989). Begitu pun penelitian Al-Gahtani (1998), TAM menyatakan variabel atau konstruk *perceived ease of use* adalah penentu penting dari variabel atau konstruk *attitude*. Kemudahan dalam penggunaan aplikasi *fintech lending* ini membuat para pengguna menciptakan grup komunitas pengguna *fintech lending* di jejaring social *facebook*. Maraknya grup komunitas peminjam di *facebook* menandakan bahwa orang-orang senang berbagi informasi

(yang menimbulkan perasaan positif) kepada anggota grup lainnya ketika mereka mendapatkan kemudahan dalam menjalankan aplikasi *fintech lending*.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa *perceived usefulness* memiliki efek positif terhadap *attitude*. Hal ini didukung oleh hasil yang ditemukan pada penelitian ini yaitu hipotesis ketiga diterima dimana *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude*, yang berarti bahwa semakin tinggi persepsi tentang manfaat aplikasi *fintech lending*, maka semakin tinggi *attitude* pengguna terhadap aplikasi *fintech lending* tersebut. Besar kontribusi yang diberikan variabel *perceived usefulness* terhadap variabel *attitude* pengguna adalah sebesar 22,5%. Artinya persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Davis (1989) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude*. Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa dengan adanya grup komunitas *fintech lending* di jejaring sosial *facebook* membuat orang merasa senang (timbul perasaan senang) karena mendapatkan manfaat dari grup tersebut.

Hipotesis ke empat menyatakan bahwa *brand and service trust* memiliki efek positif terhadap *attitude*. Hal ini didukung oleh hasil yang ditemukan pada penelitian ini yaitu hipotesis ke empat diterima dimana hasil yang ditemukan adalah bahwa *brand and service trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude*, yang artinya bahwa semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap merk dan pelayanan pada aplikasi *fintech lending*, maka semakin tinggi pengambilan sikap oleh pengguna untuk menggunakan aplikasi *fintech lending* tersebut. Besar kontribusi yang diberikan BST terhadap *attitude* pengguna adalah sebesar 31,8%. Oleh karena Layanan *Fintech* masih baru dan belum terlalu diketahui masyarakat, terkadang pengguna Layanan *Fintech* perlu mencari layanan melalui situs web. Ketika kualitas dan fungsi yang relevan dari produk tidak jelas, merek dapat membantu konsumen menentukan pilihan (Ratnasingam, 2003). Perusahaan dapat memanfaatkan reputasi nilai merek mereka, seperti stabilitas, sejarah panjang, dan kepercayaan untuk mengatasi pertanyaan kepercayaan konsumen. Reputasi merek dan layanan perusahaan memiliki efek positif pada kepercayaan pada konsumen (Veloutsou, 2007). Ketika kepercayaan merek dan layanan dari konsumen lebih tinggi, sikap terhadap pembelian lebih positif. Ketika konsumen percaya bahwa

informasi yang diberikan oleh perusahaan adalah jujur, konsumen akan mengambil sikap positif terhadap perusahaan ini.

Hipotesis ke lima menyatakan bahwa *attitude* memiliki efek positif terhadap *intention to use*. Hal ini didukung oleh hasil yang ditemukan pada penelitian ini yaitu hipotesis ke lima diterima dimana hasil yang ditemukan yaitu *attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*, yang berarti bahwa semakin tinggi *attitude* pengguna terhadap aplikasi *fintech lending* tersebut, maka semakin tinggi pula minat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sikap memiliki dampak positif yang signifikan terhadap niat perilaku individu (Venkatesh & Davis, 2000). "Sikap konsumen untuk menggunakan" dan "keinginan untuk menggunakan" layanan *Fintech* harus memiliki hubungan positif yang signifikan. Ketika konsumen merasakan evaluasi positif, mereka akan percaya bahwa menggunakan layanan *Fintech* adalah pengalaman yang baik dan meningkatkan kemauan mereka untuk menggunakannya. Ketika konsumen percaya bahwa menggunakan layanan *Fintech lending* adalah alat yang mudah dan praktis, mereka akan merekomendasikan menggunakannya, sikap konsumen lain terhadap penggunaan layanan *Fintech lending* akan terpengaruh dan meningkat (Chuang et al., 2016). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi perilaku penggunaan (menimbulkan perasaan senang) terhadap aplikasi *fintech lending* maka semakin besar pula minat pengguna untuk menggunakan aplikasi *fintech lending* tersebut.

Hipotesis ke enam menyatakan bahwa variabel *social influence* memiliki efek positif terhadap variabel *intention to use*. Hal ini didukung oleh hasil yang ditemukan pada penelitian ini yaitu hipotesis ke enam diterima dimana hasil yang ditemukan adalah variabel *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *intention to use*, yang artinya bahwa semakin tinggi *social influence* terhadap aplikasi *fintech lending*, maka semakin tinggi minat pengguna menggunakan aplikasi tersebut. Sesuai dengan penelitian Chuang et. al., (2016) bahwa ketika pengguna merasakan evaluasi positif, mereka akan percaya bahwa menggunakan aplikasi *fintech lending* adalah pengalaman yang baik dan meningkatkan kemauan mereka untuk menggunakannya. Ketika pengguna percaya bahwa *fintech lending* adalah alat yang mudah dan praktis, mereka akan

merekomendasikan kepada pengguna lain sehingga pengguna lain terpengaruh dan terdorong untuk menggunakan aplikasi *fintech lending* tersebut. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Indah dan Agustin (2019) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pengaruh sosial maka niat menggunakan suatu teknologi juga meningkat. Hal ini mendukung hipotesis 6 dalam penelitian ini sehingga hipotesis 6 diterima.

Hipotesis ke tujuh menyatakan bahwa variabel *intention to use* memiliki efek positif terhadap variabel *use*. Hal ini didukung oleh hasil yang ditemukan pada penelitian ini yaitu hipotesis ke tujuh diterima dimana hasil yang ditemukan adalah variabel *intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *use*, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi minat pengguna menggunakan aplikasi *fintech lending*, maka semakin tinggi penggunaan aplikasi oleh pengguna. Besar kontribusi yang diberikan *intention to use* terhadap penggunaan aplikasi adalah sebesar 74,1%. Penelitian Resti Anindya Putri (2019) juga menemukan hasil bahwa *intention to use* berpengaruh terhadap *use*. Hal ini berarti bahwa niat penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan aktual / sesungguhnya. Berdasarkan hasil pengolahan data didapatkan bahwa niat penggunaan memiliki pengaruh yang paling besar diantara *facilitating condition* dan *social influence*. Hal ini berarti bahwa seseorang memutuskan untuk tetap menggunakan aplikasi *fintech lending* secara terus menerus harus memiliki niat penggunaan yang tinggi. Dari hasil kuesioner para pengguna memiliki niat untuk menggunakan. Selain itu, mengamati dari berbagai grup komunitas *fintech lending* di *facebook*, anggota lebih sering berbagi informasi dan bertanya tentang kesulitan mereka serta solusi yang didapat didalam grup. Hal ini berarti bahwa seseorang merasakan adanya kemudahan dan kebermanfaatannya terhadap penggunaan aplikasi *fintech lending* tersebut sehingga mereka tetap akan mempertahankan untuk menggunakan aplikasi tersebut

Hipotesis ke delapan menyatakan bahwa variabel *facilitating conditions* memiliki efek positif terhadap variabel *use*. Penelitian ini menemukan bahwa variabel *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap variabel *use*. *Facilitating condition* menurut Venkatesh (2003) merupakan tingkat kepercayaan seorang individu terhadap infrastruktur teknik dan organisasional untuk mendukung penggunaan system. Ketersediaan fasilitas dan sumberdaya serta adanya bantuan dari pihak tertentu

(pemerintah, sesama anggota komunitas pengguna, dan lainnya) tidak mampu mempengaruhi perilaku aktual / sesungguhnya dalam penggunaan aplikasi *fintech lending*. Karena pada kenyataannya masih ada banyak orang yang tidak disetujui / diverifikasi (berdasarkan komplain dari para pengguna di grup komunitas *fintech lending*) bahkan diblokir secara tiba-tiba tanpa ada alasan dan pemberitahuan dari pihak *fintech lending* ketika akan melakukan pinjaman. Meski fasilitas dan bantuan tersedia tetapi ketika keputusan dari pihak *fintech lending* tetap tidak menyetujui, pengguna tetap tidak bisa mengajukan pinjaman. Hal ini membuat para calon peminjam enggan melanjutkan untuk menggunakan aplikasi *fintech lending*.

## 5.2 Kontribusi

*Financial technology* merupakan suatu pengembangan teknologi baru yang sedang *booming* dikalangan masyarakat saat ini. Berbagai macam jenis *fintech technology* pun diluncurkan dengan berbagai macam produk dan fungsi dari masing-masing produk *fintech*. Salah satu macam *fintech* adalah *fintech lending* dimana *fintech lending* ini berfungsi untuk sarana pinjam meminjam uang dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh pihak industri tersebut.

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi industri *financial technology* untuk membuat strategi dalam menaikkan peminat dan pengguna. Kemudahan penggunaan, manfaat, perasaan sikap ke arah positif, pengaruh sosial, dan kecenderungan perilaku seseorang untuk tetap menggunakan aplikasi *fintech lending* menjadi faktor pendorong yang berpengaruh dalam menerima suatu teknologi baru. Untuk itu, aplikasi *fintech lending* yang tidak berbelit-belit, mudah dipahami, jelas tata cara menggunakannya, dan mudah dalam mendapatkan persetujuan serta pelayanan akan lebih menarik minat seseorang untuk tetap menggunakan aplikasi *fintech lending*. Apabila seseorang telah merasakan kemudahan dan manfaatnya yang didapat, orang tersebut secara tidak langsung akan terus membicarakan kepada orang sekitar dan otomatis hal tersebut akan mempengaruhi nama atau *brand* suatu produk dan kepercayaan seseorang untuk menggunakan produk *fintech lending* itu juga. Oleh karena itu strategi dalam meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi dan pelayanan akan mempengaruhi minat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi *fintech lending*.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil penelitian. Berikut ini adalah kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini dan saran yang dapat digunakan bagi penelitian selanjutnya.

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Dari hasil pengolahan data didapatkan bahwa variabel yang berpengaruh terhadap variabel *use* adalah variabel *intention to use*. Dimana variabel *intention to use* didukung oleh variabel-variabel eksogennya yaitu *attitude*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *brand and service trust* yang semuanya berpengaruh terhadap variabel *intention to use*. Tetapi terdapat satu variabel yang tidak berpengaruh terhadap variabel *use* yaitu variabel *facilitating condition*.
2. Pada penelitian ini ada 8 variabel yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *brand and service trust*, *attitude*, *intention to use*, *social influence*, *facilitating condition*, dan *use*. Dalam model ini terdiri dari 8 hipotesis dan dari hasil pengujian didapatkan bahwa 7 dari 8 hipotesis telah diterima, sedangkan ada satu hipotesis yang ditolak yaitu *facilitating condition*. Hipotesis yang diterima yaitu *perceived usefulness* memiliki efek positif terhadap *attitude*, *perceived ease of use* memiliki efek positif terhadap *perceived usefulness*, *perceived ease of use* memiliki efek positif terhadap *attitude*, *attitude* memiliki efek positif terhadap *intention to use*, *social influence* memiliki efek positif terhadap *intention to use*, dan *intention to use* memiliki efek positif terhadap *use*. Sedangkan hipotesis yang ditolak adalah *facilitating condition* memiliki efek positif terhadap *use* karena dari hasil pengolahan data bahwa variabel *facilitating condition* tidak berpengaruh positif terhadap variabel *use*.
3. Hasil akhir dari penelitian ini adalah responden dari penelitian ini sudah merasakan kemudahan dan kebermanfaatan dari pemakaian aplikasi *fintech*

*lending*. Untuk kendala yang dialami oleh sebagian orang kemungkinan dikarenakan faktor lain misalnya informasi pada produk *fintech lending* kurang lengkap, *fintech lending* dicabut atau tidak terdaftar OJK tetapi masih beredar, tidak adanya respon dari perusahaan ketika melakukan verifikasi data, dan lain sebagainya yang tidak dibahas didalam penelitian ini.

## 6.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

- (1) Dengan segala keterbatasan, diharapkan penelitian ini dapat dikembangkan dan dijadikan rujukan pada penelitian berikutnya.
- (2) Adanya keterbatasan dalam pengambilan jumlah sampel atau responden, diharapkan adanya pertimbangan pada penelitian selanjutnya untuk lebih memperbanyak jumlah sampel atau responden serta memperluas wilayah pengambilan data agar hasil penelitian lebih akurat dan lebih spesifik. Dan peneliti berharap penelitian berikutnya akan bermanfaat bagi perkembangan industri *financial technology*.
- (3) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis lebih dalam serta menemukan faktor-faktor baru yang relevan yang dapat memengaruhi penggunaan layanan pada aplikasi *fintech lending*, dengan mengkolaborasikan variabel lain dan variabel yang telah diuji tersebut.

Adapun saran untuk perusahaan *fintech lending* :

Dari penelitian ini diharapkan dapat dipertimbangkan oleh perusahaan *fintech lending* untuk pengembangan strategi kedepannya dengan melihat keterkaitan antar variabel yang mempengaruhi minat penerimaan dan penggunaan produk *fintech lending* dan dari penelitian ini diharapkan pihak perusahaan juga bisa memahami karakteristik dan perilaku pengguna dan calon pengguna produk *fintech lending*. Perusahaan juga diharapkan untuk selalu memperbarui informasi, sistem, dan pelayanannya agar mempermudah calon pengguna baru dan agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abyan, M. A. (2018) 'Konsep Penggunaan Financial Technology dalam Membantu Masyarakat Sub Urban di Indonesia dalam Melakukan Transaksi Finansial', (April). doi: 10.13140/RG.2.2.36402.30404.
- Adams, Nelson & Todd, 1992. Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication. *MIS*, 16(2), pp. 227-47.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4): 665-683.
- Al-Gahtani. (2001). The applicability of TAM outside North America: An empirical test in the United Kingdom. *Information Resources Management Journal*, 14(3), 37-46.
- Alt, R., & Puschmann, T. (2012). The rise of customer-oriented banking - electronic markets are paving the way for change in the financial industry. *Electronic Markets*, 22(4), 203-2015.
- Anderson, J. C., & Narus, J. A. (1990). A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships. *Journal of Marketing*, 54(1): 42-58.
- Bruckner, B. M. A. (2018) 'Regulating *Fintech lending*', 37(6), pp. 1-7.
- Bruner G. C., & Kumar, A.(2005). Explaining consumer acceptance of handheld Internet devices. *Journal of Business Research*, 58(5):553- 558.
- Chin, W. W. (1998). The partial least square approach for structural equation modeling. in G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295-236). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Chin, W. W. and Newsted, P.R. (1999). "Structural equation modeling analysis with small samples using partial least square," In Sage Publications, Thousand Oaks,CA,,pp. 307-341.
- Chin, W. W. 2010b. How to write up and report PLS analysis. In V.E. Vinzi, W. W. Chin, J. Henseler, & H. Wang (Eds), *Handbook of partial least squares; Concepts, methods and applications in marketing and related fields* (pp. 655-690).Berlin: Springer.
- Carnevale, D. G., & Wechsler, B. (1992). Trust in the public sector. *Administration & Society*, 23(4): 471-494.
- Chomeya, R., 2010. Quality of Psychology Test Between Likert Scale 5 and 6 Points. *Journal of Social Sciences*, 6(3), p. 399.
- Chuang, L., Liu, C. and Kao, H. (2016) 'Adopsi Fintech Service : perspektif TAM', 3(07), pp. 1-15.
- Dapp, T., 2014. Fintech-The digital (r) evolution in the financial sector. *Deutsche Bank Res.* 39, Frankfurt am Main. <https://doi.org/ISSN 1612-314X>  
<https://goo.gl/UcZJFz>

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3): 319-340.
- DeYoung, R., 2005. The performance of internet based business models: Evidence from the banking industry. *Journal of Business* 78, 893–948. <https://doi.org/10.1086/429648>.
- Dhar, V., Stein, R. M. (2017). FinTech platforms and strategy. *Communications of the ACM* , (10), 32-35. Diterima dari <https://doi.org/10.1145/3132726>
- Doney, P. M., & Joseph, P. C. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 61(2): 35-51.
- Fatmawati, E. (2015). *Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*. Dipetik Mei 2, 2017, dari <http://oaji.net/articles/2015/1937-1430107374.pdf>
- Firdauzy, A., 2017. *Analisis Perilaku Penggunaan Media Sosial untuk Mencari Informasi Kesehatan dengan Menggunakan Integrasi Model Protection Motivation Theory (PMT) dan The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*, Surabaya: Universitas Airlangga.
- Fornell, C. (1982). *A Second Generation of Multivariate Analysis: An Overview*, in *A Second Generation of Multivariate Analysis*, Claes Fornell, ed., New York: Praeger.
- Fornell, C., Bookstein, F.L. 1982. "Two structural equation models: LISREL and PLS applied to consumer exit-voice theory," *Journal of Marketing Research* (19:4), pp. 440-452.
- Gábossy, Á., 2016. New directions in crowdfunding. *Public Finance Quarterly* 61 (4), 533–544.
- Gao, G. X. , Fan, Z. P. , Fang, X. , & Lim, Y. F. (2018). Optimal stackelberg strategies for financing a supply chain through *online* peer-to-peer lending. *European Journal of Operational Research*, 267 , 585–597 .
- Ghozali, Imam dan Latan, Hengky. (2015). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd Edition)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guo, Y. , Zhou, W. , Luo, C. , Liu, C. , & Xiong, H. (2016). Instance-based credit risk assessment for investment decisions in p2p lending. *European Journal of Operational Research*, 249 , 417–426
- Hair, J., Black, W., Barry, J. & Anderson, B., 2006. *Multivariate Data Analysis*. 6 ed. New Jersey: Pearson Education.
- Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis (7<sup>th</sup> ed.)*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. 2011. "PLS-SEM: Indeed A Silver Bullet," *Journal of Marketing Theory and Practice* (19:2), pp. 139-150.

- Henseler, J., Ringle, C. M., and Sinkovics, R. R. 2009. "The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing," *Advances in International Marketing* (20), pp. 277-319.
- Hernandez, B., Jimenez, J., & Martín, M. J. (2009). Adoption vs acceptance of e-commerce: two different decisions, *European Journal of Marketing*, 43(9/10): 1232 -1245.
- Hsieh, H.-L. et al., 2016. A Study of Personal Health Record User's Behavioral Model Based on the PMT and UTAUT Integrative Perspective. *International Journal of Environmental Research and Public Health*.
- Hsu, F. M. & Chen, Y. T., 2007. Understanding Information Systems Usage Behavior in E-Government: The Role of Context and Perceived Value. *11th Pacific-Asia Conference on Information Systems*, pp. 477-490.
- Iwata, D., 2017. A new relationship between financing and technology in the FinTech era. *NEC Technical Journal*.
- Jarvis, C.B., Mackenzie, S.B., and Podsakoff, P.M. 2003. "A critical review of construct indicators and measurement model misspecification in marketing and consumer research," *Journal of Consumer Research*, (30:2), pp. 199-218.
- Liu, H., Qiao, H., Wang, S., & Li, Y. (2019). Platform Competition in Peer-to-Peer Lending Considering Risk Control Ability. *European Journal of Operational Research*, 274(1), 280-290
- MacKenzie, S.B. 2003. "The Dangers of Poor Construct Conceptualization," *Journal of the Academy of Marketing Science* (31:3), pp. 323-326.
- Mayer, RC, Davis, JH, & Schoorman, FD (1995). Model integrasi kepercayaan organisasi. *Academy of Management Review*, 20 (3): 709-734
- McAuley, D. (2014). What is FinTech? Wharton FinTech.
- Milian, E. Z., Spinola, M. D. M. and Carvalho, M. M. De (2019) 'Electronic Commerce Research and Applications Fintechs : A literature review and research agenda', 34(September 2018). doi: 10.1016/j.elerap.2019.100833.
- Morgan, A., & Veloutsou, C. (2011). Beyond technology acceptance: Brand relationships and *online* brand experience. *Journal of Business Research*, 66(1):21-27
- Naranjo, M., Oliveira, T. and Casteleyn, S. (2017) 'E-participation adoption models research in the last 17 years: A weight and meta-analytical review Computers in Human Behavior E-participation adoption models research in the last 17 years: A weight and meta-analytical review', *Computers in Human Behavior*. Elsevier Ltd, 81(August 2018), pp. 350-365. doi: 10.1016/j.chb.2017.12.031.
- Nur Sasongko, E. and Rusgiyono, A. (2016) 'PENERAPAN METODE STRUKTURAL EQUATION MODELING UNTUK ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKADEMIK

- TERHADAP KUALITAS WEBSITE (Studi Kasus pada Website sia.undip.ac.id)', *Jurnal Gaussian*, 5(3), pp. 395–404. Available at: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/gaussian>
- Palvia P. (2009). The role of trust in e-commerce relational exchange: a unified model. *Information & Management*, 46(4):213- 220.
- Paquette, M. & Burkholder, 2013. Testing a Structural Equation Model of Language-based Cognitive Fitness. *Social and Behavioral Science*, Volume 112, pp. 64-76.
- Pavlou, P. A., Liang, H., & Xue, Y. (2007). Understanding and mitigating uncertainty in *online* exchange relationships: a principal– agent perspective. *MIS Quarterly*, 31(1): 105-136.
- Peter, S., Straub, D., and Rai, A. 2007. "Specifying Formative Construct in Information System Research," *MIS Quarterly* (33:1), pp. 171-175.
- Prastuti, D. 2011. Penggunaan Structural Equation Modeling (SEM) Sebagai Salah Satu Teknik Analisis Statistik Dengan Menggunakan Program Tetrad IV (Studi Kasus Pengguna Internet Dan Hotspot Area Di Universitas Negeri Semarang) Tahun 2011. Thesis. Semarang: FMIPA Universitas Negeri Semarang. Tersedia di <http://lib.unnes.ac.id> [diakses 7-09-2015].
- Ratnasingam, P. (2003). Inter-organizational trust in business-to-business: A case study in customs clearance. *Internet of Global Information Management*, 11(1): 1-19.
- Schnall, R. et al., 2017. Trust, Perceived Risk, Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness as Factors Related to mHealth Technology Use. *Health Technology Information*, Volume 216, pp. 467-471.
- Schueffel mname, P., 2016. Taming the beast: A scientific definition of fintech. *SSRN Electronic Journal* 4, 32–54. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3097312>
- Singh, J. , & Sirdeshmukh, D. (2000). Agency and Trust Mechanisms in Consumer Satisfaction and Loyalty Judgments. *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(1): 150-167.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Jawa Barat: CV ALFABETA.
- Veloutsou, C. 2007. Identifying the dimensions of the product-brand and consumer relationship. *Journal of Marketing Management*, Vol. 23 Nos 1/2, pp. 7-26.
- Venkatesh, V. & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies, *Management Science*, 46(2): 186-204.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. 2003. User Acceptance of Information Tehcnology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27, 425–478
- Widiyarsi, R. and Mutiarani (2011) 'Penggunaan metode structural equation

modelling untuk analisis faktor yang mempengaruhi motivasi belajar mahasiswa fip umj', pp. 147–160.

W. Liu and L-Q Xia, “An Evolutionary Behavior Forecasting Model for *Online* Lenders and Borrowers in Peer-to-Peer Lending.” *Asia- Pacific Journal of Operational Research*, 2017, Vol. 34, No. 01, 1740008

# LAMPIRAN 1

## Kuesioner

Section 1 of 9

### KUESIONER - FINTECH LENDING

Assalamu'alaikum teman-teman, perkenalkan nama saya Rana Atikah Ardlianti, mahasiswi magister departemen teknik industri, konsentrasi ergonomi dan keselamatan industri, ITS Surabaya yang sedang melakukan penelitian mengenai Analisa Perilaku Manusia terhadap Penggunaan Aplikasi Financial Technology (Fintech) dengan Pendekatan TAM dan UTAUT.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh terhadap pengguna layanan fintech lending.

Financial Technology atau biasa dikenal dengan sebutan fintech adalah suatu kemajuan teknologi masakini dimana teknologi tersebut menjadi penghubung antara sektor finansial dengan pengguna atau masyarakat umum. Akhir-akhir Fintech telah menarik banyak perhatian masyarakat. Industri finansial ini menyediakan berbagai macam layanan yaitu finansial, perbankan, dan asuransi dimana keputusan untuk mengadopsi teknologi guna untuk berinovasi dan berkembang telah menjadi perhatian lebih (Abyan, 2018). Menurut Stein dan Dhar, financial technology merupakan sebuah inovasi dari sektor finansial yang melibatkan model bisnis yang telah terintegrasi dengan teknologi yang dapat memfasilitasi peniadaan perantara; dapat mengubah cara perusahaan yang sudah ada dalam membuat dan menyediakan produk dan layanan; dapat menangani masalah privasi, regulasi, dan tantangan hukum memberikan peluang untuk pertumbuhan yang inklusif. Selain itu, menurut Abyan (2018) meskipun Fintech begitu banyak diminati oleh masyarakat dan dianggap bisa menggantikan bank konvensional dalam fasilitator masyarakat dalam bertransaksi finansial. Beberapa contoh fintech yang ada di Indonesia misalnya Kredivo, Akulaku, Shopee Paylater, Uang Teman, Koinworks, Danamas, Amarta, Uang Teman, dan lain-lain.

Saya mengharap bantuan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk berpartisipasi sebagai responden dari kuesioner penelitian ini. Atas bantuan dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Berikut adalah link Fintech Lending yang terdaftar OJK per 7 Agustus 2019

<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Penyelenggara-Fintech-Terdaftar-dan-Berizin-di-OJK-per-7-Agustus-2019/Penyelenggara%20Fintech%20berizin%20dan%20terdaftar%20di%20OJK%20per%207%20Agustus%202019.pdf>

Ooh iyaa, bagi yang sudah berpartisipasi untuk mengisi kuesioner ini, akan mendapat reward dari saya, bagi yang beruntung yaa :))  
Sekali lagi saya ucapkan terimakasih :)

Kritik & saran bisa kirim ke alamat email ranaardlianti98@gmail.com

Nama \*

Short answer text

Jenis Kelamin \*

- Laki-laki
- Perempuan

Tanggal Lahir \*

Month, day, year



Domisili \*

- Jakarta
- Bandung
- Yogyakarta
- Surabaya
- Makassar
- Medan
- Bali

## Variabel Perceived Usefulness



Definisi operasional : sejauh mana seseorang akan percaya bahwa dalam menggunakan teknologi informasi tertentu akan meningkatkan kinerja

Dengan menggunakan aplikasi fintech lending, saya dapat mengerti produk fintech mana yang sesuai dengan kebutuhan saya \*

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

Dengan menggunakan aplikasi fintech, saya dapat memantau dan membandingkan produk-produk fintech lending lainnya \*

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

Dengan menggunakan aplikasi fintech lending, saya dapat bertanya dan meminta saran kepada admin dari fintech lending yang digunakan \*

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



## LAMPIRAN 2 – DATA PENELITIAN

PU1	PU2	PU3	PU4	PU5	PU6	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PEOU4	PEOU5	PEOU6	PEOU7	BST1	BST2	BST3
4	4	2	1	1	1	4	4	4	4	4	1	4	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	2	4	4
5	5	3	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	4	4	4
3	4	1	3	3	2	4	4	2	3	3	4	4	5	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	2	4	2	2	4
4	4	3	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2
4	4	5	5	5	5	2	3	3	2	3	2	3	5	4	4
4	4	3	5	5	5	4	4	3	3	3	3	5	4	3	2
3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	1	5	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4
5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	3	1	2	2
5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4
3	4	3	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	5	4	4	2	4	5
5	5	5	5	5	5	3	4	4	2	4	4	3	5	4	4
5	5	4	5	5	2	4	4	4	2	2	1	4	2	2	2
5	4	3	3	4	5	5	5	4	4	3	3	5	4	4	5

3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	4	4	5	5	4	3	3	4	3	5	3	4	4
3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3
5	5	4	4	5	5	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3
5	4	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	5	5	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	3	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4
3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3
3	4	3	5	4	5	5	5	3	3	3	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2
1	3	3	5	2	4	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2
4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3
4	4	3	5	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	3	1	2	1	2	2	2	1	3	3

4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5
4	3	3	3	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
4	3	5	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

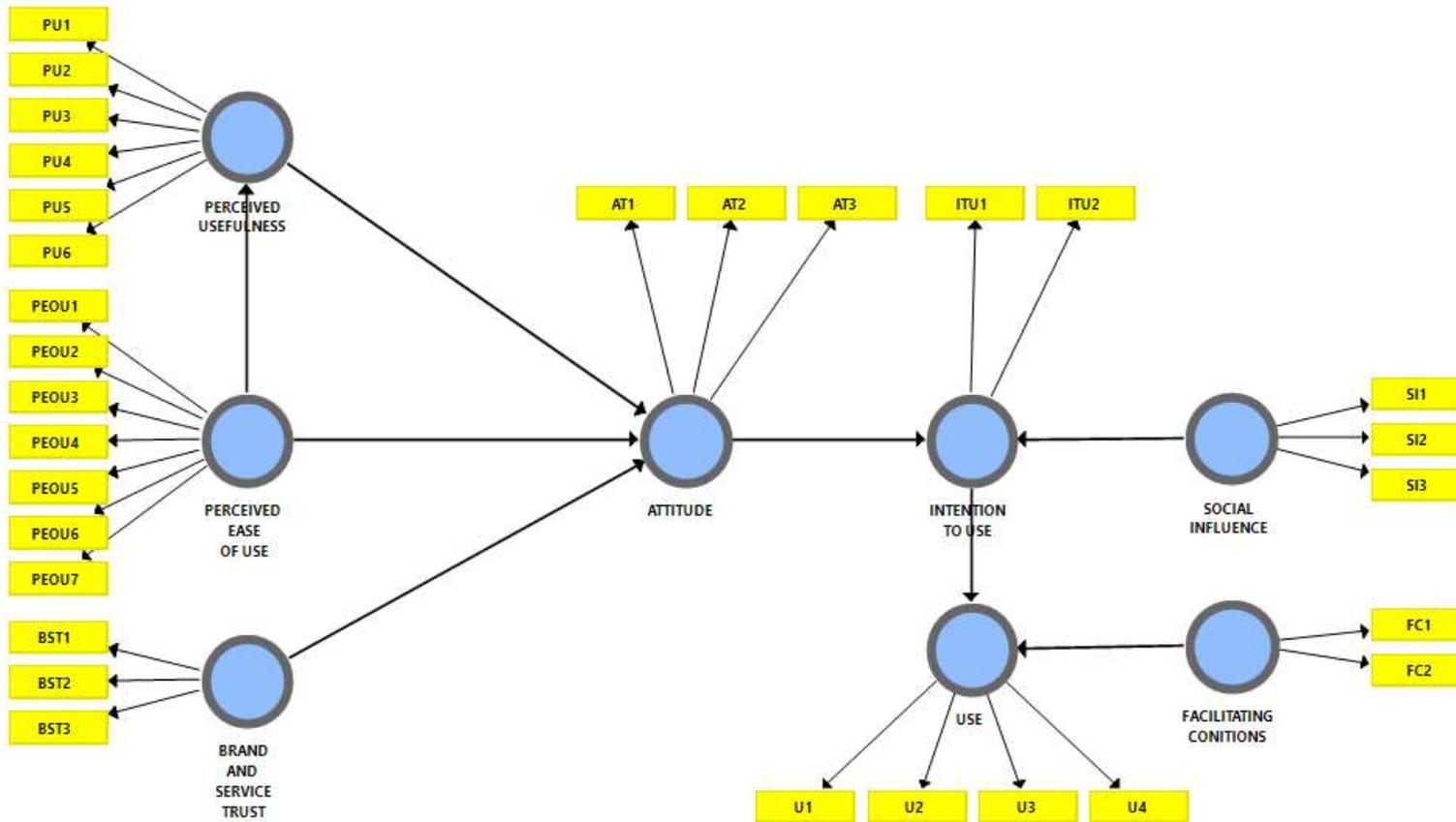
AT1	AT2	AT3	ITU1	ITU2	U1	U2	U3	U4	SI1	SI2	SI3	FC1	FC2
3	3	3	4	2	2	2	2	2	5	4	4	4	4
4	3	4	4	5	4	5	4	5	2	2	2	5	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	2	4
2	4	1	3	4	3	1	4	3	4	4	4	1	1
4	3	2	4	3	3	1	1	1	4	5	4	4	4
5	2	4	3	4	1	2	4	2	2	2	2	3	3
4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	2	3
2	2	2	3	3	1	1	1	1	4	4	4	4	4
4	3	3	4	5	2	2	3	3	2	3	3	4	4
4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4
1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	3	3	5	5
4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4
2	1	1	4	3	2	2	3	4	2	4	3	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3
5	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3
4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	4	2
5	4	2	5	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	1	4	1	1
3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5
4	4	3	4	5	5	5	5	5	3	3	3	2	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	2	2	2	2	4	3	3	4	2	2	2	4	4
3	2	2	2	2	1	1	2	1	2	3	3	4	3
4	4	1	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3
2	1	1	2	5	3	3	4	1	4	4	4	4	3
4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4

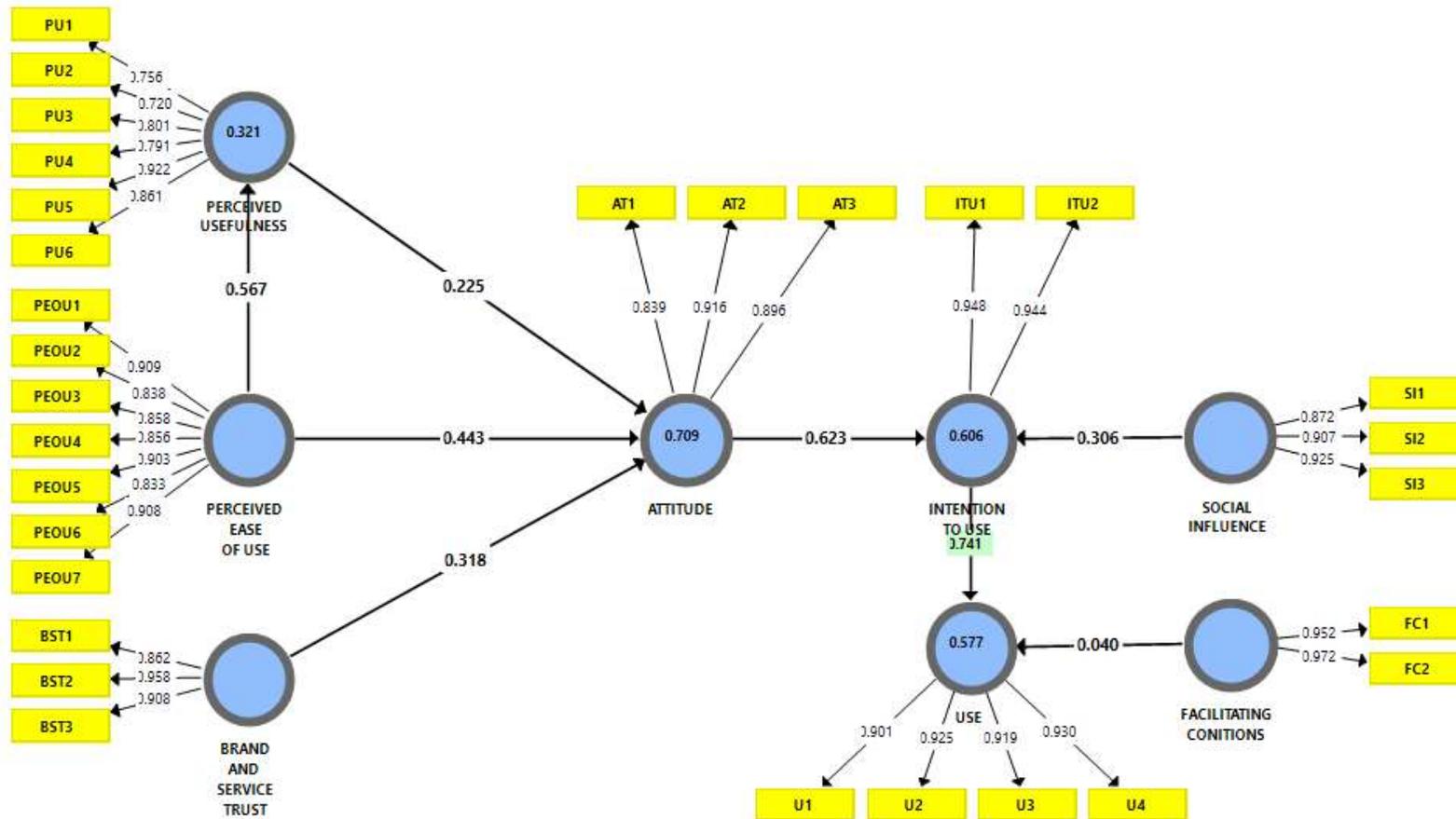
4	5	5	4	4	3	4	4	5	2	2	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
5	5	5	5	5	4	5	4	4	1	4	4	2	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4

### LAMPIRAN 3 – HASIL ANALISIS PLS

#### SPESIFIKASI MODEL PLS



HASIL ESTIMASI MODEL PLS – ALGORITHM



HASIL ESTIMASI MODEL BOOTSTRAPPING

