

**PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KEAMANAN  
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL  
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*  
(Studi Pada Kota Indramayu)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**IRBAH SHAHRIFAH**

**1817202154**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO**

**2022**

**PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KEAMANAN  
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL  
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*  
(Studi Pada Kota Indramayu)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

**Oleh:**

**IRBAH SHAHRIFAH**

**1817202154**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO**

**2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irbah Shahrifah  
NIM : 1817202154  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syari'ah  
Program Studi : Perbankan Syari'ah  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, dan Religiusitas Terhadap Minat Generasi Milenial Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology* (Studi Pada Kota Indramayu).

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 05 Juli 2022  
Saya yang menyatakan,



Irbah Shahrifah  
NIM. 1817202154



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KEAMANAN,  
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL  
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*  
(Studi Pada Kota Indramayu)**

Yang disusun oleh Saudara **Irbah Shahrifah NIM 1817202154** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **13 Juli 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dani Kusumastuti, S.E., M.Si  
NIP. 19730921 2001121004

Sekretaris Sidang/Penguji

Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.  
NIP. 19881003 201903 1 015

Pembimbing/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.  
NIP. 19780716 200910 2 006

Purwokerto, 27 Juli 2022

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

di-

Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Irbah Shahrifah NIM 1817202154 yang berjudul:

**Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, Dan  
Religiusitas Terhadap Minat Generasi Milenial Bertransaksi  
Menggunakan *Financial Technology*  
(Studi Pada Kota Indramayu)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 05 Juli 2022

Pembimbing,



**Sofia Yustiani Suryandari SE., M.Si.**  
NIP. 19780716 200901 2 006

**MOTTO**

***“Stop Underestimating Your Self”***



**PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KEAMANAN  
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL  
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*  
(Studi Pada Kota Indramayu)**

**Irbah Shahrifah**

**NIM. 1817202154**

**Email: [irbahshahrifah@gmail.com](mailto:irbahshahrifah@gmail.com)**

**Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2022**

**ABSTRAK**

Finansial teknologi adalah sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. Keberadaan finansial teknologi menjawab berbagai kebutuhan akan produk dan layanan finansial, khususnya di Indonesia. Dengan kemudahan akses, proses yang cepat dan benefit atau promo yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan religiusitas terhadap minat bertransaksi menggunakan teknologi finansial pada generasi milenial di Kota Indramayu. Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh dari variabel persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan religiusitas secara parsial dan simultan terhadap minat generasi milenial menggunakan finansial teknologi.

Populasi dalam penelitian ini yaitu generasi milenial di Kota Indramayu khususnya milenial muslim. Jenis data dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada responden sebanyak 100 sampel melalui teknik sampling purposive. Berdasarkan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan terhadap jawaban responden bahwa tidak ditemukan penyimpangan-penyimpangan asumsi dasar dalam melakukan pengujian sehingga data yang digunakan telah memenuhi, untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda dengan metode SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kepercayaan dan keamanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech*, akan tetapi pada variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan *fintech*, begitupun variabel religiusitas dalam penelitian ini memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap minat generasi milenial di Kota Indramayu dalam menggunakan *fintech*. Tetapi secara simultan variabel persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology* di Kota Indramayu.

**Kata Kunci:** Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Keamanan, Religiusitas, Minat, Generasi Milenial, *Financial Technology*.

**THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF TRUST, EASE OF USE,  
SECURITY, AND RELIGIOSITY ON THE MILLENNIAL GENERATION'S  
INTEREST IN TRANSACTING USING FINANCIAL TECHNOLOGY**  
(Study In The City Of Indramayu)

**Irbah Shahrifah**

**NIM. 1817202154**

**Email: [irbahshahrifah@gmail.com](mailto:irbahshahrifah@gmail.com)**

**Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2022**

**ABSTRACT**

*Fintech is an innovation in the financial services industry that utilizes the use of technology. The existence of fintech answers various needs for financial products and services, especially in Indonesia. With easy access, fast processing and the benefits or promos offered. This study aims to determine the effect of perceptions of trust, ease of use, security, and religiosity on interest in transacting using financial technology (fintech) in the millennial generation in Indramayu City. The formulation of the problem from this research is whether there is an influence from the variable perceptions of trust, ease of use, security, and religiosity partially and simultaneously to the millennial generation's interest in using technology finance.*

*The population in this study is the millennial generation in the city of Indramayu, especially muslim millennials. Research sites conducted in Indramayu City. The type of data in this study is quantitative with distributing questionnaires to respondents as many as 100 samples through sampling technique purposive. Based on validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test and the heteroscedasticity test that has been carried out on the respondents' answers that no found deviations in the basic assumptions in conducting the test so that the data used has met, for hypothesis testing is done by multiple linear regression analysis with SPSS method.*

*The results of this study indicate that the perceived trust and security variables have a positive and significant effect on interest in using fintech, but the perceived ease of use variable has a positive and insignificant effect on interest in using fintech, as well as the religiosity variable in this study has a negative and insignificant effect. on the interest of the millennial generation in Indramayu City in using fintech. But simultaneously the variables of perception of trust, ease of use, security, and religiosity have a significant influence on the millennial generation's interest in transacting using financial technology in Indramayu City.*

**Keywords:** *Perception of Trust, Perception of Ease, Security, Religiosity, Interests, Millennial Generation, Financial Technology.*



## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor 158 Tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	ṡ	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	kadan ha
د	dal	D	De
ذ	ḏal	Ḑ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	Er
ز	za	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	.... ‘....	Koma terbalik ke atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Ki
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em

ن	nun	N	En
و	wawu	W	We
هـ	ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

## B. Vokal

### 1. Vokal Pendek

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	damah	U	U

Contoh: نَسَبٌ: *nas*      السَّلَف: *salaf*      صَحِيحٌ: *Ṣaḥīḥu*

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
◌ِ ي	<i>Fathah dan ya</i>	<i>Ai</i>	A dan I
◌ِ و	<i>Fathah dan wawu</i>	<i>Au</i>	A dan U

Contoh: كَيْفٌ: *kaifa*      التَّوْحِيدِيَّةُ: *tauḥīdīyyah*

### 3. Vokal Panjang

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
◌َ... ا	<i>Fathah dan alif</i>	<i>Ā</i>	A dan garis di atas
◌ِ... ي	<i>Kasrah dan ya</i>	<i>Ī</i>	I dan garis di atas
◌ُ... و	<i>Ḍamah dan wawu</i>	<i>Ū</i>	U dan garis di atas

Contoh: إِسْلَاحٌ: *Islāḥ*      حُدُودٌ: *ḥudūd*      مَجَازِي: *majāzī*

### C. *Ta Marbūṭah*

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua:

1. *Ta marbūṭah* hidup

*Ta marbūṭah* yang hidup atau mendapatkan *ḥarakat fathah, kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah /t/. contoh : نِعْمَةُ اللَّهِ : *ni`matullāh*

2. *Ta marbūṭah* mati

*Ta marbūṭah* yang mati atau mendapat *ḥarakat sukun*, transliterasinya adalah /h/. Contoh: حِكْمَةٌ : *ḥikmah*

3. Bila pada suatu kata yang akhir katanya *tamarbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	<i>Raudah al-Atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	<i>al-Madīnah al-Munawwarah</i>
جَرِيمَةٌ	<i>Jarīmah</i>

### D. *Syaddah (tasydid)*

Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh: مُحَمَّدِيَّةٌ : *muḥammadiyyah*      كِتَابُ اللَّهِ : *kitābullah*

### E. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh: الجِهَادُ الْأَصْغَرُ : *al-jihad al-aṣghar*    الْبَغْيُ : *al-bagyi*  
 الْأَحْوَالُ الشَّخْصِيَّةُ : *al-aḥwāl al-syahṣiyah*

**F. Hamzah**

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	أَكَل	<i>Akala</i>
Hamzah di tengah	تَأْخُذُونَ	<i>Ta'khuzūna</i>
Hamzah di akhir	النَّوْءُ	<i>an-nau'u</i>

**G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh: وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ : *wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn*  
 فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ : *fa aūfū al-kailawaal-mīzan*

**H. Huruf Kapital**

Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	<i>Wa mā Muḥammadun illā rasūl.</i>
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ	<i>Wa laqad raāhu bi al-ulfuq al-mubīn</i>

## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang selalu mengabulkan doa-doa, meridhai segala urusan dan telah melancarkan skripsi ini hingga selesai
2. Orang tua tercinta, Abi dan Umi saya yaitu bapak Sunarto dan Ibu Wartini, yang selalu mencurahkan seluruh perhatian, cinta dan kasih sayang, semangat dan motivasi, pengorbanan yang tak dapat tergantikan oleh apapun, serta doa terbaik yang tak pernah putus. Semoga Allah SWT membalas kebaikan Abi dan Umi dengan Rahmat-Nya dan selalu diberikan kebahagiaan serta senantiasa dilindungi dan diberi kesehatan serta umur panjang.
3. Teruntuk nenek saya, mbah Darsih terimakasih atas segala kasih sayang sekaligus telah menggantikan sosok orang tua selama saya kuliah. Semoga Allah SWT membalas kebaikan mbah dengan Rahmat-Nya dan selalu diberikan kebahagiaan serta senantiasa dilindungi dan diberi kesehatan serta umur panjang.
4. Adik saya tercinta, Isnariyah Yulika Rahma, terimakasih telah memberikan semangat kepada kakakmu ini sampai bisa dititik ini, semangat juga untuk kuliahnya semoga selalu Allah permudahkan segala urusannya.
5. Om dan tante. Tante Siwi, om Egy, om Sikam, Alm. Om Ratamto, terimakasih atas semangat yang diberikan kepada saya selama saya kuliah, terimakasih atas semua pemberian dari om dan tante yang membuat saya selalu bersemangat dalam berkuliah, semoga Allah lipat gandakan seluruh kebaikan om dan tante.
6. Saudara-saudara di Cilacap. terimakasih atas semangat dan doa-doa nya terhadap saya, keceriaan dan suasana penuh kekeluargaan yang akan selalu saya rindukan kelak, semoga senantiasa Allah beri kesehatan dan kebahagiaan selalu.
7. Seluruh dosen fakultas ekonomi dan bisnis islam. Yang telah memberikan segenap ilmu yang sangat bermanfaat, serta terimakasih atas kesabaran dan kasih sayang bapak dan ibu semua kepada kami. Semoga Allah limpahkan keberkahan dan kesehatan kepada bapak dan ibu.

8. Bu Sofia Yustiani Suryandari. Terimakasih ibu atas bimbingan dan arahan serta nasehat-nasehat yang telah diberikan kepada saya sehingga saya diberi kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini, semoga ibu selalu Allah berikan kesehatan dan keberkahan di dunia maupun di akhirat.
9. Teman-teman tercinta. Macil, Nurul Qurrota, Ashifa, Astuti, Mba Wulan, Mba Tata, Riqqah, Dina, Firda, temen pondok khususnya kos Pak Cecep. Terimakasih atas kenangan manis yang tercatat dalam memori hidup saya selama masa-masa kuliah, atas perhatiannya, kasih sayang nya, canda tawanya, ghibahnya, semangatnya, dan seluruh kenangannya. Semoga selalu Allah pertemukan kita semua dengan orang-orang baik diluar sana dan semoga selalu diberikan kemudahan serta keberkahan dalam hidup ini.
10. Teruntuk teman-teman seperjuangan yaitu 8 PSY D, semangat selalu teman-teman semua, wahhh tak terasa sudah 4 tahun bersama, terimakasih atas kenangan manis dan kebersamaan kita semua sampai bisa ditahap ini. Semoga Allah selalu permudahkan segala urusan kita semua, salam sukses semuanya.
11. Kepada seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini, terutama seluruh responden yang telah berbaik hati atas partisipasinya semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada masyarakat luas dan semoga kebaikan saudara/i dibalas oleh Allah SWT.
12. Dan seluruh pihak yang terlibat terimakasih sebanyak-banyak nya. semoga selalu Allah berikan kesehatan dan keberkahan dalam hidup di dunia maupun di akhirat. Aamiin ya Allah.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk lulus dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya jurusan Perbankan Syari'ah dan untuk kemudian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Sholawat serta salam tidak lupa mari kita panjatkan kepada junjungan kita Nabi agung Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju dunia yang terang benderang ini. Selesaiannya skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan para pihak yang telah banyak memberikan do'a, motivasi, dorongan, bimbingan dan semangat kepada saya yang tiada henti, untuk itu saya ucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag, Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag., Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si. Selaku ketua jurusan Ekonomi Dan Keuangan Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwoketo.
7. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak. selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing, terima kasih karena telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

10. Segenap Staff Administrasi dan Staff Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Segenap masyarakat Indramayu yang menjadi responden dalam penelitian ini yang telah membantu dan berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Orang tua tercinta Bapak Sunarto dan Ibu Wartini serta adik saya Isnariyah Yulika Rahma. Terima kasih atas motivasi, bimbingan, do'a dan dukungannya serta terima kasih atas semua perhatiannya dan kasih sayang yang telah kalian berikan sampai saat ini.
13. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syari'ah D 2018 terima kasih yang telah memberikan cerita, dukungan dan motivasi.
14. Dan semua pihak yang telah membantu saya dan tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga bantuan dan kebaikan kalian mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT.

Penulisan skripsi ini tentunya masih banyak kekurangan dan kesalahan karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Semoga skripsi saya ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 05 Juli 2022  
Penyusun,



Irbah Shahrifah



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	14
D. Sistematika Pembahasan.....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>16</b>
A. Kerangka Teori .....	16
1. Teknologi Finansial (Financial Technology).....	16
2. Technology Acceptence Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB) .....	30
3. Teori Perilaku Konsumen Pengguna Fintech .....	31
4. Minat.....	33
5. Persepsi Kepercayaan .....	35
6. Persepsi Kemudahan.....	40
7. Keamanan .....	41
8. Religiusitas.....	44

B. Penelitian Terdahulu .....	48
C. Kerangka Berpikir .....	51
D. Hipotesis .....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
A. Jenis Penelitian .....	56
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	56
C. Populasi dan Sampel.....	56
D. Sumber Data .....	58
E. Teknik Pengumpulan Data .....	59
F. Variabel dan Indikator Penelitian .....	60
G. Uji Instrumen Penelitian .....	62
H. Analisis Data Penelitian.....	62
I. Analisis Regresi Linier Berganda .....	64
J. Pengujian Hipotesis .....	64
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>67</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
1. Generasi Milenial.....	67
2. Sejarah Berdirinya Kota Indramayu .....	69
B. Analisis Deskriptif.....	70
1. Karakteristik Responden.....	70
2. Statistik Deskriptif .....	74
C. Uji Kualitas Data .....	77
1. Uji Validitas .....	77
2. Uji Reliabilitas .....	80
D. Uji Asumsi Klasik .....	80
1. Uji Normalitas.....	80
2. Uji Multikolinieritas.....	82
3. Uji Heteroskedastisitas.....	83
E. Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
F. Uji Hipotesis .....	86
1. Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	86
2. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	88
3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	89
G. Pembahasan Hasil Analisis Data .....	90
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
A. Kesimpulan.....	96

B. Saran .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Indek Literasi Keuangan Provinsi Di Pulau Jawa,	11
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu,	48
Tabel 3.1	Skala <i>Likert</i> ,	58
Tabel 3.2	Variabel Dan Indikator Penelitian,	60
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden,	70
Tabel 4.2	Tahun Kelahiran Responden,	70
Tabel 4.3	Kelompok Usia Responden,	71
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden,	72
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Persepsi Kepercayaan (X1),	74
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Persepsi Kemudahan (X2),	75
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Persepsi Keamanan (X3),	75
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Religiusitas (X4),	76
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Minat (Y),	77
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas,	78
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas,	80
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas <i>One Sample Kolmogorov Smirnov</i> ,	82
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas,	82
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glejser,	84
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda,	85
Tabel 4.16	Hasil Uji Parsial (Uji t),	86
Tabel 4.17	Hasil Uji Simultan (Uji F),	88
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ),	89

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Di Indonesia, 1  
Gambar 1.2 Data Pengguna Internet Berdasarkan Usia, 4  
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran, 52  
Gambar 4.1 Peta Denah Kota Indramayu, 69  
Gambar 4.2 Jenis *Fintech* Yang Digunakan Responden, 72  
Gambar 4.3 Daerah Domisili Responden, 73  
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Histogram, 81  
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas P=P Plot, 81  
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas, 84



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian, 102
- Lampiran 2 Jawaban Responden, 108
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas, 121
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas, 123
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik, 124
- Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda, 127
- Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis, 128
- Lampiran 8 Serifikat BTA/PPI, 129
- Lampiran 9 Sertifikat Bahasa Arab, 130
- Lampiran 10 Sertifikat Bahasa Inggris, 131
- Lampiran 11 Sertifikat KKN, 132
- Lampiran 12 Sertifikat PPL, 133
- Lampiran 13 Sertifikat Aplikom, 134
- Lampiran 14 Sertifikat PBAK, 135
- Lampiran 15 Kartu Bimbingan Skripsi, 136
- Lampiran 16 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal, 137
- Lampiran 17 Surat Keterangan Lulus Komprehensif, 138
- Lampiran 18 Daftar Riwayat Hidup, 139



# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Saat ini teknologi berkembang pesat, bukan di Indonesia saja melainkan seluruh negara di dunia juga merasakan perkembangan teknologi yang setiap saat berubah secara signifikan. Dengan perkembangan tersebut telah banyak merubah mode aktivitas di setiap bidang. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa teknologi informasi ini merupakan tulang punggung banyak sektor (Abdillah, 2020). Perkembangan teknologi digital ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan gadget dan internet, dimana masyarakat saat ini menghabiskan sebagian besar waktunya menggunakan internet dalam segala aspek kehidupan mulai dari berbelanja, keuangan, transportasi hingga perubahan gaya hidup masyarakat.

**Gambar 1.1**  
**Data Penggunaan Internet di Indonesia**



**Sumber:** Hootsuite dan We Are Sosial, 2022

Berdasarkan hasil riset *Hootsuite* dan *We Are Sosial* yang diunggah *Founder Drone Empirit* Ismail Fahmi, dari total keseluruhan masyarakat Indonesia sebanyak 277,7 juta orang, persentase pengguna internet Indonesia menjangkau 73,7%. Sementara untuk jumlah pengguna internet dari perangkat *smartphone* di Indonesia, riset mencatat ada 370,1 juta orang yang menggunakan perangkat tersebut. Angka ini mencakup persentase hingga 133,3% dari total keseluruhan populasi. Angka ini juga tumbuh 3,6% dari riset yang dilakukan pada Januari 2021 lalu (Social, 2022). Tingginya jumlah pengguna internet tersebut selaras dengan waktu yang dihabiskan, yaitu rata-rata membutuhkan 8 jam 36 menit per hari, angka ini mengalami penurunan 3% dari riset yang dilakukan tahun

2021 lalu. Adanya tren peningkatan ini sesungguhnya menunjukkan digitalisasi sudah semakin akrab di Indonesia. Transformasi digital pun menjadi semakin melaju cepat seiring dengan datangnya Covid-19. Pada masa pandemi, hampir semua sektor saling berusaha untuk mendigitalisasikan aktivitasnya. Mulai dari sektor pendidikan, penjualan, layanan, hingga kesehatan saling berusaha untuk dapat memanfaatkan teknologi digital berbasis internet. Bank Indonesia menyatakan bahwa pandemi Covid-19 mempercepat adopsi digital di Indonesia, terutama terkait pembayaran non tunai dalam setiap transaksi, pembayaran digital tersebut tumbuh pesat dengan peningkatan sebesar 65% selama masa pandemi. Maraknya teknologi digital akhirnya membuka pintu untuk mendorong pertumbuhan ekonomi sebagai mesin pertumbuhan baru dalam ekonomi global dan domestik yang berkontraksi.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi tersebut, inovasi yang telah mengubah sistem atau pasar berdampak pada perilaku dan harapan manusia dalam menggunakan berbagai produk dan pelayanan informasi dan elektronik. Bahan kajian terkini yang merupakan dampak dari kemajuan teknologi di Indonesia khususnya dalam bidang keuangan yaitu Teknologi Finansial atau *Financial Technology (Fintech)*, berdasarkan *National Digital Research Center* mendefinisikan *Fintech* merupakan sebuah inovasi dalam bidang keuangan. Dimana dalam hal ini Inovasi tersebut adalah inovasi bidang jasa keuangan yang berkolaborasi dengan sentuhan teknologi modern (NDRC, n.d.).

Dapat disimpulkan bahwa *fintech* merupakan jenis layanan khususnya dalam bidang keuangan yang digabungkan dengan teknologi. Ini juga bisa diartikan sebagai bagian dari dunia *startup* dalam membantu menajamkan, mentransformasi dan mengakselerasi berbagai aspek layanan keuangan untuk mendapatkan hasil maksimal dari teknologi. Mulai dari metode pembayaran, pengiriman uang, pinjaman, pembiayaan, dan pengelolaan aset dapat dilakukan dengan cepat dan efisien berkat penggunaan teknologi terkini. Dalam perkembangan ini bukan hanya untuk transaksi pada umumnya tetapi mencakup berbagai jenis tagihan dan pembayaran. Serta dapat menjadi solusi dalam masalah transaksi, pembayaran dan berbagai hal yang mungkin terjadi, itulah yang akan diwujudkan oleh aplikasi *fintech* tersebut.



Di era globalisasi dengan adanya pandemi Covid-19 saat ini, aplikasi-aplikasi *fintech* memenuhi tujuan pemerintah terkait inklusi keuangan dan protokol kesehatan dengan kemampuan fitur layanan yang sangat menarik dan didukung melalui *security level bank*. Data Otoritas Jasa Keuangan per Maret 2022 jumlah perusahaan *fintech lending* di Indonesia yang berizin ada 102 perusahaan dari sebelumnya 103 namun salah satu izin usaha *fintech lending* tersebut dicabut oleh OJK yaitu PT Digital Alpha Indonesia (Uang Teman) ((OJK), 2022) dan keseluruhan perusahaan *fintech* di Indonesia mencapai 352 perusahaan. Hal ini menunjukkan minat dan pertumbuhan *fintech* yang sangat pesat. *Fintech* menawarkan langkah baru untuk membantu masyarakat dengan mengurangi biaya, menghilangkan perantara, meningkatkan transparansi dan kemudahan akses informasi keuangan (Zavolokina et al., 2016).

Keterbatasan aktivitas fisik masyarakat akibat pembatasan sosial untuk mencegah risiko penularan Covid-19 menjadi peluang bagi industri ini. Melalui *fintech*, transaksi keuangan digital menjadi lebih efisien dan ekonomis. Kebutuhan layanan keuangan diperoleh dengan mudah tanpa kendala jarak dan waktu untuk bertatap muka. Secara garis besar, ada empat jenis kategori *fintech*, diantaranya yaitu: Pertama, *peer-to-peer (P2P) lending* dan *crowdfunding*. *Peer-to-peer (P2P)* merupakan layanan peminjaman dana kepada masyarakat, diantaranya seperti KoinWorks, Kredit Pintar, dan TunaiKita. Sementara *crowdfunding* merupakan penggalangan dana untuk membiayai suatu kegiatan, contohnya Likuid. Kedua, manajemen risiko investasi, yang mencakup e-trading dan e-insurance untuk merencanakan keuangan dan model investasi, diantaranya seperti Halofina, Pay OK, dan PonselDuit. Ketiga, *payment, clearing, dan settlement* yang menjadi portal pembayaran daring, seperti dompet digital (OVO, GoPay, dan ShopeePay) dan *payment gateway* (Fastpay dan Doku). Terakhir, *market aggregator* atau *provisioning*. Jenis ini berperan menyajikan data kepada konsumen untuk membantu mengambil keputusan dalam memilih produk keuangan, diantaranya seperti Cermati, Cek Aja, dan Pinjamania.

Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Asosiasi *Fintech* Indonesia (Aftech) pada Juni 2020 mencatat, sebesar 43% *fintech* tersebar di *P2P lending*, 18% di *payment*, dan 5% di *market provisioning*. Pertumbuhan total nilai

pinjaman pada Juni 2020 sebesar 153,2% (*year on year*). Dengan banyaknya produk baru yang bermunculan ditambah dengan semakin meningkatnya pengguna internet di Indonesia, maka bisnis *fintech strat-up* ini perlu diberikan kesempatan untuk bertumbuh. Dapat disimpulkan bahwa pengembangan *fintech* ini sangat dibutuhkan, dengan demikian seluruh masyarakat bisa tertarik menggunakannya terutama masyarakat milenial dan generasi berikutnya.

Mayoritas pengguna internet merupakan generasi milenial, hal tersebut sesuai dengan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018. Dimana menurut Sekjen APJII Henri Kasyafi Soemartono dari segmen umur sebagai berikut: (APJII, 2018).

**Gambar 1.2**  
**Data Penggunaan Internet berdasarkan Umur**



**Sumber:** Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2018

Berdasarkan gambar di atas, pada tahun 2018 penggunaan internet menunjukkan bahwa kaum milenial dan generasi Z mendominasi posisi tertinggi, selanjutnya yaitu 25-29 tahun dengan tingkat penetrasi 82,7%. Umur 30-34 tahun penetrasi 76,5% dan Umur 35-39 tahun penetrasi 68,5%. Dengan banyaknya masyarakat milenial ini menggunakan internet maka satu langkah besar bagi perusahaan *fintech* untuk menargetkan pasar kepada generasi milenial. Dalam hal ini lah yang membuat peneliti tertarik menggunakan generasi milenial sebagai responden dalam penelitian.

Begitupun data yang diperoleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per September 2020 mencatat, mayoritas pemberi pinjaman untuk *fintech P2P lending*

berasal dari milenial berusia 19-34 tahun yaitu 67,69% dari 530.380 pemberi pinjaman (*lender*). Sedangkan 28,09% sisanya berusia 35-54 tahun, dan selebihnya adalah kelompok umur lainnya. Adapun untuk penerima pinjaman, 69,83% dari 12,8 juta penerima pinjaman (*borrower*) adalah kalangan milenial, lalu 27,76% umur 35-54 tahun dan sisanya golongan umur dibawah 19 tahun sebesar 0,76% serta diatas 54 tahun sebesar 1,54%.

Wilayah Indramayu sendiri merupakan salah satu kabupaten di wilayah Jawa Barat yang berada di bagian utara provinsi Jawa Barat dan berbatasan langsung dengan Laut Jawa. Masyarakat khususnya generasi milenial di Indramayu terbilang cukup banyak, terlebih di Indramayu terdapat sebuah pesantren terbesar di Asia yaitu pondok pesantren Al-zaytun dan beberapa Universitas maupun sekolah swasta lainnya yang mayoritas santri dan siswanya merupakan generasi milenial maupun generasi z saat ini. Begitu pula beberapa dari masyarakat milenial di Indramayu memiliki profesi sebagai pelaku UMKM yang membuat sebagian pelaku UMKM menggunakan aplikasi *fintech* untuk kegiatan bisnisnya, terlebih setelah pandemi covid-19 ini.

Dari hasil wawancara dengan 15 masyarakat milenial 1 diantaranya yaitu Isnariyah Yulika Rahma merupakan masyarakat sekaligus pelaku UMKM mengatakan bahwa dengan hadirnya *fintech* ditengah pandemi ini lumayan membantu saya dalam memberikan modal usaha dengan syarat yang mudah dan terpercaya. Dan dari 15 orang masyarakat milenial di Indramayu 12 diantaranya menggunakan aplikasi *fintech* dalam bertransaksi sehari-hari seperti, Shopeepay, GoPay, OVO, Dana, Mobile Banking dan lain-lain. Sedangkan 3 dari 15 orang lainnya belum menggunakan *fintech* dikarenakan masih ada kekhawatiran akan resiko keamanan ataupun belum mengetahuinya.

Oleh karena itu beberapa dari masyarakat milenial di Indramayu ini terbilang menggunakan *fintech* sebagai transaksi non tunai yang sangat membantu dalam bertransaksi sehari-hari. Kehadiran suatu inovasi teknologi dimaksudkan untuk mempermudah aktivitas masyarakat, juga dimaksudkan untuk meningkatkan produktivitas setiap individu. Dengan menawarkan berbagai macam kemudahan dan keuntungan serta berbagai fitur layanan yang lengkap bertujuan agar menarik lebih banyak pengguna. Dari banyaknya pengguna

internet, 7,39% diantaranya menggunakan internet untuk mengakses layanan keuangan (APJII, 2018).

Dalam penggunaan teknologi, dapat dianalisis dan dijelaskan dengan menggunakan teori umum yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). Davis merupakan seorang pengembang teori tersebut pada tahun 1989, mengatakan bahwa dalam teori ini, untuk menganalisis penerimaan individu terhadap teknologi dapat menggunakan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sebagai alat ukurnya. Sedangkan untuk menganalisis minat bertransaksi menggunakan *fintech*, dapat menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dimana teori ini menjelaskan bahwa variabel kepercayaan dan risiko memiliki pengaruh preferensi seseorang untuk menggunakan teknologi. Teori tersebut dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991.

Kamus Lengkap Psikologi menjelaskan bahwa persepsi adalah proses mengetahui atau mengenali objek dan peristiwa objektif melalui panca indera, mempersepsikan proses organis, kelompok penginderaan dengan menambahkan makna yang diperoleh melalui pengalaman masa lalu, variabel penghambat atau pengganggu, yang berasal dari organisasi dengan kemampuan untuk membedakan antara rangsangan, kesadaran intuitif dari fakta langsung atau keyakinan langsung tentang sesuatu (Capun dalam Musafiri, 2017). Persepsi konsumen adalah proses yang dilalui seseorang untuk membuat pilihan, menyusun, dan menafsirkan informasi untuk menemukan makna atau membuat keputusan. Dari definisi ini kita dapat melihat bahwa seseorang yang akan membeli suatu produk akan dipengaruhi oleh persepsi terhadap situasi yang dihadapinya, sedangkan anggapan seseorang terkadang berbeda dengan kenyataan (Simarmata et al., 2021).

Kepercayaan adalah ukuran keyakinan seseorang dalam mempercayai orang lain tanpa harus mengawasi dan mengontrolnya (Azizi, 2016). Sedangkan menurut Sunarto dalam Junai (2016) Kepercayaan konsumen berkaitan dengan pengetahuan yang dimiliki konsumen dan kesimpulan apa pun yang disimpulkan konsumen tentang atribut, objek, dan kegunaannya. Dengan demikian disimpulkan bahwa Kepercayaan merupakan faktor penting bagi kepentingan konsumen. Kepercayaan adalah fondasi penting dalam membangun dan memelihara hubungan jangka panjang. Oleh sebab itu, persepsi kepercayaan ini

sangatlah penting untuk membuat konsumen atau masyarakat tetap menggunakan suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan maupun organisasi tertentu.

Kemudahan adalah sudut pandang bahwa setiap individu dapat memahami dan bebas bercakap-cakap dengan adanya teknologi (Davis,1989) dan dalam penggunaan teknologi ini tidak akan membuang waktu serta energi, dengan kata lain sangat meringankan suatu pekerjaan. Hal tersebut merupakan bentuk manfaat hadirnya teknologi saat ini, agar memberikan kemudahan bagi setiap individu. Yang dimana persepsi setiap individu mengatakan dengan semakin mudahnya teknologi maka akan semakin ingin menggunakannya.

Menurut Pratama (2015) keamanan sebagai hal penting yang diberikan pelaku bisnis dalam memberikan kenyamanan bagi konsumen baik dalam segi produk, jasa maupun keduanya. Sistem keamanan yang baik dapat membuat konsumen semakin percaya, dengan begitu jumlah penjualan akan meningkat. Seperti halnya penggunaan *fintech*, konsumen dapat menentukan untuk menggunakan layanan transaksi *online* atau tidak, mengingat tingginya risiko yang mungkin terjadi. Annida Rufaida mengatakan bahwa ia belum tertarik atau berminat menggunakan *fintech* karena masih ada keraguan akan keamanan yang mungkin saja timbul dalam penggunaan *fintech*. Oleh sebab itu, risiko yang timbul dari keamanan yang kurang dalam sebuah layanan berbasis online pada penggunaan *fintech* dapat berdampak negatif pada pengalaman pengguna dan menghambat penggunaan mereka secara berkelanjutan. Karena bagi sebagian besar masyarakat dalam penggunaan transaksi secara online lebih kepada melihat apakah aman atau tidaknya layanan tersebut, karena jika anggapan masyarakat tidak aman terhadap layanan tersebut akan mempengaruhi penggunaannya terlebih sebagian masyarakat melihat resiko yang mungkin akan terjadi kedepannya dengan layanan yang belum jelas keamanannya.

Religiusitas menurut Jalaluddin Rahmat adalah keberagamaan atau suatu kondisi yang ada dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk berperilaku sesuai dengan derajat ketaatan beragama. Sementara menurut Zakiah Daradjat religiusitas adalah sistem kompleks kepercayaan, sikap dan ritual yang menghubungkan individu dengan keberadaan agama atau sesuatu. Sedangkan menurut Evi dan Muhammad Farid, religiusitas adalah internalisasi nilai-nilai

agama yang bersumber dalam diri seseorang. Internalisasi di sini mengacu pada keyakinan terhadap ajaran agama baik dalam hati maupun perkataan. Keyakinan ini kemudian terwujud dalam tindakan dan perilaku sehari-hari. Religiusitas sering dipahami sebagai aspek yang disebut keyakinan dan dipraktikkan dengan ritual dan cenderung memiliki sikap yang baik atau bisa juga disebut dengan akhlak. Dalam hal ini masyarakat Indramayu 99% merupakan penganut agama islam, dimana semboyan daerah Indramayu sendiri berbunyi “bermartabat (bersih, religious, maju, adil, makmur, dan hebat)” dimana religiusitas merupakan gambaran masyarakat Indramayu yang memang diharapkan oleh pemerintah setempat supaya sifat tersebut melekat dalam perilaku masyarakat Indramayu dengan semboyan tersebutlah variabel religiusitas ini menjadi salah satu alasan peneliti untuk menggunakan masyarakat milenial Indramayu sebagai responden dalam penelitian ini.

Hal ini yang membuat kemungkinan bahwa religiusitas masyarakat milenial Indramayu berpengaruh terhadap penggunaan *fintech* dalam bertransaksi sehari-hari. Teni Mawarni mengatakan bahwa ia menggunakan *fintech* hanya yang syariah karena Teni masih ragu untuk menggunakan *fintech* yang bukan syariah membuatnya khawatir apakah transaksi yang digunakan sesuai dengan prinsip islam atau tidak, berbeda dengan Afrida Zahira dimana Afrida menggunakan berbagai aplikasi *fintech* tanpa memilah yang konvensional atau yang syariah, Afrida menggunakan *fintech* yang ia rasa sangat dibutuhkan dan memudahkannya melakukan transaksi tanpa harus keluar rumah.

Menurut peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran menimbang bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus menghasilkan berbagai inovasi terutama yang berkaitan dengan *fintech* (*Financial Technology*) dalam hal memenuhi kebutuhan masyarakat termasuk di bidang layanan sistem pembayaran, baik dari segi instrumen, provider, mekanisme maupun infrastruktur. Dengan demikian, *fintech* akan memperkenalkan proses transaksi keuangan yang lebih nyaman, aman dan modern.

Munculnya inovasi *fintech* pada dasarnya tidak terlepas dari dukungan kaum milenial, yang tidak hanya berperan sebagai pengguna tetapi juga berlomba-

lomba menciptakan manfaat baru bagi masyarakat dalam arus utama inklusi keuangan, seperti bagi yang *unbanked*. Misalnya seperti pada pinjaman P2P, transaksi dirasa lebih mudah untuk meminjam uang dengan tujuan mengembangkan bisnis karena prosedur administrasi tidak serumit ketika mengajukan pinjaman di bank. Dan karena banyak masyarakat yang merasa meminjam uang di bank itu cukup sulit dengan adanya syarat-syarat tertentu, menyebabkan banyak dari masyarakat yang kemudian tertarik untuk meminjam dana dari aplikasi jasa pelayanan keuangan (pinjaman online) yang dirasa lebih mudah ketimbang meminjam di bank.

Disaat penggunaan *fintech* mendapatkan banyak perhatian dari masyarakat begitupun penggunaannya terus menyebar oleh banyak pengguna, Akan tetapi aplikasi *fintech* dipandang masih memiliki kekurangan di mata publik karena kurangnya kepercayaan sebagian orang terhadap suatu sistem di Internet yang tidak dipungkiri sering munculnya segala macam penipuan atau kesalahan yang nantinya hal tersebut akan mempengaruhi proses dan kenyamanan transaksi. Hal tersebutlah yang mendasari beberapa masyarakat belum menggunakan maupun ragu dalam menggunakan *fintech*. Tapi tidak sedikit pula yang sudah menggunakan *fintech* untuk bertransaksi bahkan beberapa masyarakat menggunakan *fintech* tidak hanya satu aplikasi melainkan lebih dari satu.

Di saat ada peluang, di waktu yang sama juga menyelip celah untuk berbuat kejahatan. Setidaknya, manfaat yang telah dirasakan dengan kehadiran *fintech* tetap saja menyelipkan ruang-ruang bolong yang dapat digunakan oleh para pelaku kejahatan untuk mendulang untung sepihak. Indonesia sebagai sebuah negara yang memiliki ukuran pasar sangat besar, tentu akan mengundang para pelaku kejahatan untuk meraup keuntungan secara tidak sah (Avianti & Triyono, 2021). Risiko pencurian data, pencurian *username* dan *password*, serta berpura-pura menjadi seseorang dalam melakukan transaksi, semua itu adalah contoh risiko yang mungkin terjadi dalam transaksi keuangan digital. Rasanya sulit dibayangkan apabila tingkat keamanan transaksi keuangan digital ini tidak dapat dijamin dengan baik. Tentu saja konsumen akan enggan untuk bertransaksi keuangan melalui *platform* digital. Dampak dari keengganan ini adalah bahwa

sektor jasa keuangan Indonesia akan semakin tertinggal dari negara lain, bahkan secara umum ekonomi digital tidak akan dapat berkembang di Indonesia.

Sejak awal 2018 lalu, mesin pengais (*crawling*) konten negatif digunakan oleh Kominfo sebagai langkah dalam menangkal konten-konten negatif di internet. Di antara konten negatif tersebut, termasuk pula di dalamnya untuk mencegah praktik kejahatan yang muncul dari *fintech*. Sepanjang Agustus 2018 sampai dengan Desember 2019, pihak Kominfo melaporkan telah mendata 4.020 situs dan aplikasi *fintech* yang telah diperbaiki dan diblokir. Masih di tahun 2018, Kominfo memblokir diantaranya 211 situs dan 527 aplikasi *fintech* yang tersedia di *Google Playstore*. Setahun berikutnya, jumlah situs dan aplikasi yang diblokir ternyata terus meningkat menjadi sebanyak 3.282, yang di antaranya yaitu 841 situs dan 1085 aplikasi di *Google Playstore*, serta 1356 aplikasi di platform selain *Google Playstore*. Deretan data tersebut digunakan untuk membuktikan akan suatu usaha kongkret yang sudah dilakukan. Aksi pemblokiran itu tak hanya didapat dari kerja mesin Ais, melainkan juga laporan langsung dari masyarakat yang diterima oleh Kominfo. Satgas Waspada Investasi Otoritas Jasa Keuangan (SWI)-OJK) mengingatkan bahwa praktik bisnis *fintech* ilegal ini terus meningkat. Pada tahun 2019 jumlah *fintech* ilegal tercatat mencapai 442 entitas, maka sampai awal tahun 2020 tercatat sudah ada 694 entitas. Satgas Waspada Investasi (SWI) juga mengungkap sampai Juli 2020 tercatat ada 163 entitas investasi ilegal, 25 entitas ilegal dan 694 *fintech* ilegal (Avianti & Triyono, 2021).

Hadirnya kasus *fintech* ilegal tersebut tidak luput karena telah berkembang pesatnya suatu teknologi yang membuat beberapa pelaku kejahatan mudah dalam menjalankan aksinya. Selain itu, menjamurnya *fintech* ilegal ini didorong dengan ketidakpahaman masyarakat sehingga mudah terkecoh dengan daya pikat keuntungan yang terlalu tinggi dan tak wajar. Hasil temuan Satgas Waspada Investasi menunjukkan bahwa *fintech* ilegal ini sering menduplikat atau menyalin *website* lembaga berlisensi, sehingga tampaknya situs web tersebut dimiliki secara resmi oleh entitas yang sudah diberi izin, Hal inilah yang akan menjadi ancaman di saat *fintech* tumbuh pesat di Indonesia.



**Tabel 1.1**  
**Indeks Literasi Keuangan Provinsi di Pulau Jawa**

No	Provinsi	Indeks Literasi keuangan		
		Komposit	Konvensional	Syariah
1	DKI Jakarta	40,0%	39,6%	16,4%
2	Jawa Barat	33,0%	33,0%	4,7%
3	Jawa Tengah	33,5%	33,5%	11,2%
4	DI Yogyakarta	38,5%	38,5%	9,5%
5	Jawa Timur	35,6%	35,3%	29,4%
6	Banten	38,2%	38,2%	7,3%

**Sumber:** Otoritas Jasa Keuangan, data diolah, 2019.

Dalam data diatas, menunjukkan bahwa tingkat literasi masyarakat Jawa Barat merupakan yang terendah dibandingkan dengan tingkat literasi masyarakat di provinsi-provinsi yang berada di wilayah pulau Jawa. Terlebih pada aspek literasi keuangan syariah yang hanya 4,7% masyarakat Jawa Barat yang sudah melek keuangan syariah, jauh dibawah Jawa Timur yang mencapai 29,4% atau bahkan Provinsi Banten yang sebesar 7,3%. Wilayah yang peneliti pilih untuk penelitian ini merupakan salah satu kabupaten yang berada di Jawa Barat, hal ini lah yang memungkinkan masyarakat Indramayu termasuk ke dalam masyarakat dengan literasi keuangan yang rendah, jadi dengan rendahnya literasi keuangan maka sama hal nya dengan istilah masyarakat mampu mengakses keuangan dan jasa keuangan namun belum memiliki pemahaman serta pengetahuan yang baik terhadap layanan tersebut. Menurut Welly *et al.* (2016) Literasi keuangan merupakan sebuah pemahaman individu dalam mengelola keuangannya atau sebuah pengetahuan akan produk keuangan yang mereka gunakan, serta sebagai kemampuan seseorang dalam pengambilan keputusan terkait keuangannya. Dengan demikian, masalah keuangan yang akan timbul dapat dihindari karena berasal dari pengelolaan keuangan yang buruk.

Dan hasil penelitian (Gunawan & Chairani, 2019), mengatakan bahwa melalui *fintech*, literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap inklusi keuangan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan masyarakat semakin tinggi, maka semakin baik pula perilaku keuangan

seseorang. Begitupun semakin tinggi tingkat literasi keuangan masyarakat, maka semakin banyak pula masyarakat yang menggunakan *fintech* sebagai sarana bertransaksi secara *online* dan sebaliknya. Jadi, semakin cerdas seseorang secara finansial, semakin bijak dia dalam menggunakan uang. Oleh karena itu, *fintech* dapat memediasi dampak literasi keuangan terhadap perilaku keuangan. Dengan rendahnya literasi di wilayah Jawa Barat dapat membuat kekhawatiran akan perilaku masyarakat khususnya di wilayah Indramayu yang memilih penggunaan *fintech* dengan literasi keuangan yang terbilang rendah bisa menimbulkan kurangnya pengetahuan mengenai *fintech* ilegal yang dapat merugikan masyarakat di wilayah tersebut. Kemudian hal tersebut pun diseimbangi dengan data resmi Kota Indramayu per tahun 2020 mengatakan bahwa Indramayu mengalami penurunan jumlah perbankan sejak 3 tahun terakhir dengan jumlah pinjaman yang terus meningkat. Dan Jawa Barat sendiri pada tahun 2017 menempati posisi pertama dengan jumlah generasi milenial terbanyak dari provinsi-provinsi lain di Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada 15 masyarakat milenial di Indramayu dalam penggunaan *fintech* yaitu *payment*, *digital banking*, *peer to peer lending* dan *crowdfunding*. Dari 15 masyarakat milenial, 12 orang diantaranya menggunakan layanan *payment* seperti OVO, GOPAY, DANA, Shopee Pay, Link Aja, dan Mobile Banking. Untuk layanan pembayaran ini dapat dikatakan sudah cukup familiar dikalangan masyarakat Indramayu. Namun, Nada Aulia menyatakan bahwa ia pernah mengikutsertakan dirinya dalam mendaftar akun OVO dikarenakan keperluan untuk iuran tugas kelompok kuliah yang mengharuskannya transfer melalui aplikasi tersebut. Tetapi setelah itu ia merasa kesulitan dan *uninstall* kembali aplikasinya dikarenakan dia menggunakannya karena butuh saja dikarenakan keharusan bertransfer melalui aplikasi tersebut dan Nada sendiri merasa kesulitan dalam menggunakannya dan menurutnya masih ragu untuk penggunaan yang berkelanjutan dikarenakan takut akan resiko keamanan data juga.

Sementara Syifaus Salsabilla menggunakan *fintech payment* dan *crowdfunding* merasa tidak pernah mengalami kesulitan dalam penggunaan *fintech* serta pengetahuan yang cukup tentang diskon, promo, dan fitur menarik yang

ditawarkan, menurutnya juga bertransaksi menggunakan *fintech* mempermudah transaksi tanpa perlu keluar rumah Serta ia juga tidak perlu untuk mengantri untuk melakukan transaksi keuangan terlebih di masa pandemic covid-19 ini. Kemudian Teni Mawarni lebih memilih menggunakan *fintech* yang sudah ada fitur syariah nya seperti yang dia pakai yaitu Link Aja Syariah, menurutnya dengan fitur syariah ini membuatnya tidak perlu khawatir akan halal atau haramnya transaksi keuangan yang ia gunakan. Disini kita dapat melihat perbedaan persepsi konsumen terhadap kepercayaan, kemudahan, keamanan dan religiusitas akan suatu produk dalam penggunaan transaksi.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yaitu yang dilakukan oleh Oktafalia Marisa (2020) yang menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari persepsi kemudahan, efektifitas dan risiko terhadap minat bertransaksi dengan menggunakan *Financial Technology*. Dan penelitian yang dilakukan oleh Akhnes Noviyanti, Teguh Erawati (2021) bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif sebesar 29,2%. Pengaruh kepercayaan berpengaruh negatif sebesar 11,8% dan efektivitas berpengaruh positif sebesar 58,7% terhadap minat menggunakan *financial technology (fintech)*. Berdasarkan uraian latar belakang di tersebut, maka peneliti menganggap penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan dan Religiusitas Terhadap Minat Generasi Milenial Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology (FINTECH)* (Studi Pada Kota Indramayu)”**.

## B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang akan peneliti kaji diantaranya sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh dari persepsi kepercayaan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*?
2. Apakah ada pengaruh dari persepsi kemudahan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*?
3. Apakah ada pengaruh dari persepsi keamanan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*?

4. Apakah ada pengaruh dari religiusitas masyarakat terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*?
5. Apakah ada pengaruh dari persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan religiusitas terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*?

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah ada pengaruh dari:

1. Persepsi Kepercayaan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *Financial Technology*.
2. Persepsi Kemudahan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *Financial Technology*.
3. Persepsi Keamanan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *Financial Technology*.
4. Religiusitas terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *Financial Technology*.
5. Persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan religiusitas terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *Financial Technology*.

Harapan peneliti semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat teoritis, Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi literatur Perbankan Syariah dan mampu memberi pengetahuan lebih luas mengenai *financial technology* yang terus mengalami perkembangan, terutama dalam dunia perbankan dan lembaga keuangan lainnya.
2. Manfaat praktis, hasil penelitian ini diharapkan semoga memberikan informasi serta pengetahuan maupun dapat menjelaskan bahwa persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan dan religiusitas dapat menjadi sebuah faktor penentu minat masyarakat terutama generasi milenial dalam bertransaksi menggunakan *financial technology*.

### D. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika penulisan terdiri atas 5 bab dan tiap bab terdiri dari beberapa sub bab. Isi dari tiap bab secara garis besar diuraikan sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah yang didukung dengan data dan fakta yang melatar belakangi suatu masalah yang menjadi alasan perlunya penelitian ini dilakukan. Selain itu bab ini menyajikan rumusan masalah sebagai acuan penulis dalam melakukan penelitian. Kemudian dijelaskan mengenai tujuan dan manfaat dilakukan penelitian ini.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab kedua merupakan kajian teori yang terdiri dari beberapa sub bab, seperti pembahasan mengenai *financial technology*, teori TAM dan TPB, teori perilaku, minat, persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan, religiusitas hingga hipotesis

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ketiga ini menjelaskan metode penelitian kuantitatif, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, pengolahan data, teknik pengumpulan data.

## **BAB IV PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab keempat berisi penjelasan terkait gambaran umum generasi milenial dan Kota Indramayu, hasil analisis data, hasil uji hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian di kota Indramayu.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bagian ini terdiri atas simpulan dan saran berdasarkan pada hasil analisis data yang telah dilakukan.

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kerangka Teori

#### 1. Teknologi Finansial (Financial Technology)

##### a. Pengertian *Fintech*

*Financial technology* atau yang lebih sering disebut “*fintech*” yaitu salah satu inovasi yang menggabungkan layanan keuangan dengan teknologi. Dimana layanan ini mulai populer terlebih setelah adanya pandemi, yang dimana seluruh aktivitas dilakukan secara daring atau online yang membuat masyarakat sangat dibatasi untuk melakukan kegiatan diluar. Dalam layanan *fintech* biasanya produk yang ada merupakan rancangan untuk menerapkan sistem perdagangan keuangan tertentu. Sistem layanan keuangan digital seperti yang terdapat dalam Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP mengenai aktivitas layanan keuangan digital yang dilakukan dengan bantuan teknologi meliputi pembayaran dan transaksi keuangan lainnya, yang dimana dalam hal ini bekerjasama dengan pihak ketiga terkait dengan inklusi keuangan. Inklusi Keuangan atau dalam bahasa inggris disebut *financial inclusion* yaitu merupakan bentuk layanan keuangan yang sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya melalui manfaat serta penggunaannya yang terjangkau.

*Fintech* akan mempengaruhi kebiasaan transaksi yang terjadi di masyarakat menjadi lebih efisien, praktis, dan efektif. *Fintech* pun akan sangat membantu masyarakat untuk lebih mudah dalam meningkatkan literasi keuangan yang terjadi sekarang. Penerapan *fintech* pun sudah banyak dilakukan dalam perusahaan dan industri keuangan sebagai contoh seperti *mobile payment*, *digital bank*, *robo advisor*, *digital lending and credit*, *insurtech*, dan masih banyak lainnya. Jadi dengan ada *fintech* ini menjadi pembuktian bahwa ternyata teknologi dapat memberikan dampak positif yang cukup besar di bidang keuangan dengan memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, yang dulunya harus sangat manual dan cukup sulit untuk dilakukan. *Fintech* pun memberikan dampak yang signifikan pada industri perbankan yang akhirnya bank pun akan melirik dan mengubah strategi bisnis

mereka yang sekarang menerapkan teknologi di dalam penawaran fitur terbaru mereka. Di Indonesia sendiri, *fintech* mulai dikembangkan dan beroperasi pada September 2015 dengan mendirikan Indonesia Fintech Association (AFI), sebuah asosiasi. untuk memberikan fasilitas kepada mitra bisnis yang berkualitas di dunia *fintech*. Sebelum berdirinya AFI (Asosiasi Fintech Indonesia), sebagian besar perusahaan dan masyarakat, Indonesia mengalami krisis kepercayaan terhadap perusahaan terlebih perusahaan yang melakukan bisnis online. Karena mereka khawatir akan penipuan dan kejahatan dalam bisnis online tersebut. Kehadiran AFI memberikan angin segar bagi perkembangan *fintech* Indonesia. Pada tahun 2016, perusahaan *fintech* mulai bermunculan di Indonesia. Pengguna internet dan media sosial di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun, hal tersebut yang menjadi salah satu alasan pemerintah melakukan inovasi di sektor jasa keuangan.

Kemudian dengan pertumbuhan jumlah UMKM di berbagai online marketplace besar di Indonesia seperti Toko Pedia, Shopee, Bukalapak, dll. Seiring dengan perkembangan teknologi yang cepat, khususnya dalam sistem pembayaran atau proses transaksi. Adanya *e-wallet* dan *payment gateway* membantu transaksi *cashless* untuk terus digunakan dalam proses jual-beli. Hanya dengan *smartphone* dan koneksi internet, kita dapat melakukan semua proses tersebut di mana saja dan kapan saja. Keberadaan *fintech* menjawab berbagai kebutuhan akan produk dan layanan finansial, khususnya di Indonesia. Dengan kemudahan akses, proses yang cepat dan benefit atau promo yang ditawarkan, *fintech* dapat menggantikan peran lembaga keuangan formal seperti bank yang mungkin sudah terlebih dahulu mendapat kepercayaan dalam mengelola atau menyimpan keuangan masyarakat.

#### **b. Jenis-Jenis *Fintech* di Indonesia**

Saat ini secara garis besar terdapat 5 (lima) jenis *fintech* di Indonesia yang sering masyarakat gunakan, yaitu:

1. *Payment Gateway*
2. Dompot Digital
3. Manajemen Kekayaan
4. Pembiayaan Sosial

## 5. Peminjaman

Dapat dilihat bahwa layanan tersebut sudah dapat masyarakat nikmati saat ini, akan tetapi pada dasarnya jenis *fintech* ini mencangkup lebih banyak yang diantaranya yaitu:

### a. *Fintech Payment*

*Fintech payment* menurut pengertiannya adalah layanan yang berfungsi untuk melakukan pembayaran melalui teknologi ponsel seperti transfer bank, *e-wallets*, dan *peer-to-peer* transfer. Dengan singkatnya teknologi finansial yang diaplikasikan dengan menggunakan sistem pembayaran online, seperti pembelian, penarikan, transfer investasi, hingga pinjaman online. Kemudahan yang didapat dengan menggunakan *fintech payment* inilah yang dirasakan banyak masyarakat Indonesia, karena juga membawa dampak yang positif yaitu lebih cepat dan efisien dengan mengandalkan teknologi informasi. Jenis layanan *fintech payment* masih menjadi perusahaan yang dominan dari pada jenis layanan *fintech* lainnya.

Walau masih banyak yang menggunakan pembayaran secara tunai, namun semakin kesini semakin banyak gerai toko yang memfasilitasi pembayaran dengan cara *non* tunai seperti Dana, Gopay, OVO, dll. Layanan *fintech payment* diketahui meningkat pesat semenjak adanya Covid 19, dikarenakan trend *cashless* sehingga membantu memberikan solusi keuangan digital sekaligus mendorong pemulihan ekonomi indonesia. *Fintech payment* juga membantu individu serta UMKM untuk bertransaksi dalam masa pembatasan sosial berskala besar (PSBB).

Contoh *fintech payment* yang beroperasi di Indonesia seperti Kinerjapay, AINO, Flip, Go-Pay, OVO, dan masih banyak lagi lainnya.

### b. *Fintech Lending*

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 77 tahun 2016 menyatakan bahwa *fintech lending* merupakan penyelenggaraan layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan



menggunakan jaringan Internet. Saat ini, *fintech lending* termasuk ke dalam salah satu jenis *fintech* yang banyak bermunculan di Indonesia. Kemudahan sistem yang ditawarkan oleh para penyelenggara *fintech lending* menjadi salah satu alasan mengapa mereka semakin eksis di kalangan masyarakat.

Dengan sistem yang lebih praktis dan fleksibel, *fintech lending* dapat menjangkau masyarakat yang masih berstatus *unbanked* atau belum terjangkau oleh layanan keuangan bank untuk membantu pemerintah meningkatkan inklusi keuangan. *Fintech lending* dianggap menjadi solusi bagi masyarakat yang tidak memiliki akses ke bank ataupun yang biasanya harus melengkapi banyak berkas dan melewati alur birokrasi yang panjang ketika ingin meminjam uang di bank.

Contoh *fintech lending* yang beroperasi di Indonesia seperti Akulaku, Kredivo, KoinWorks, Taralite, Julu, dan masih banyak lagi lainnya.

c. Personal *Finance* dan *Wealth Management*

Personal *finance* dan *wealth management* adalah layanan keuangan dan pengelolaan kekayaan yang tidak terbatas pada investasi, tetapi juga menangani segala hal yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan pribadi. *Wealth management* bisa dikatakan sebagai pengelola keuangan pribadi. Personal *finance* dan *wealth management* sering dikaitkan dengan layanan untuk orang-orang kelas atas yang kaya. Namun, layanan manajemen kekayaan melibatkan lebih dari sekedar investasi. Ada berbagai layanan lain yang dirancang untuk memberikan kehidupan yang nyaman. Di era digital, pengelolaan keuangan dapat dilakukan dengan sangat praktis dan mudah. Orang tidak perlu lagi bertemu untuk berkonsultasi tentang pengelolaan keuangan mereka. Cukup gunakan aplikasi di gadget untuk mendapatkan semua layanan.

Contoh Personal *Finance* dan *Wealth Management* yang beroperasi di Indonesia seperti Bareksa, Brankas, Stockbit, Bibitnomic, Fundel, dan masih banyak lagi lainnya.

d. Comparison atau Market Aggregator

Comparison atau market aggregator atau *financial* aggregator ini merupakan *fintech* yang bergerak dibidang penyedia layanan untuk membandingkan berbagai layanan keuangan yang tersedia. Pengguna dapat mengumpulkan berbagai informasi yang berkaitan dengan *fintech* yang akan digunakan, sehingga pengguna dapat mencari referensi sebanyak-banyaknya dan yang paling penting untuk mendapatkan informasi yang terpercaya. Market aggregator ini sangat membantu terlebih jika pengguna ingin mencari informasi yang berkaitan dengan pengajuan pinjaman online, asuransi, kartu kredit, dan lain-lain.

Market aggregator ini juga sering kali memberikan konten edukasi seperti jenis-jenis tabungan, jenis pinjaman dan lain-lain. Dengan begitu pengguna dapat memilih program-program yang sesuai dengan kebutuhannya. Pengguna juga dapat mengisi informasi yang sesuai dengan dirinya seperti informasi pekerjaan dan gaji perbulan, agar nantinya sistem akan memberikan saran program mana yang cocok untuk pengguna. Informasi yang terdapat pada market aggregator pun sudah sangat lengkap, mulai dari harga, fitur yang tersedia pada program dan lain-lain.

Contoh market aggregator yang beroperasi di Indonesia seperti TaniHub, Cermati, KreditGoGo, CekAja.com, Eragano, dan masih banyak lagi lainnya.

e. *Insurtech*

*Insurtech* merupakan salah satu jenis *fintech* yang memiliki konsentrasi di bidang asuransi. Dikutip dari situs web Finansialku, pada umumnya *insurtech* menyediakan layanan yang dapat membantu para perusahaan asuransi untuk mendistribusikan produknya dan menyederhanakan proses transaksi asuransi lewat teknologi yang mereka buat. *Insurtech* memanfaatkan momentum era digital ini yang mana sedang mengalami pergeseran yang semula berfokus pada produk menjadi berfokus pada konsumen, dengan perkembangan teknologi yang terjadi sangat pesat juga dapat mengatasi persoalan terkait inklusi terutama dibidang asuransi, dengan munculnya *Insurtech* memudahkan perusahaan untuk asuransi menjangkau masyarakat yang sebelumnya belum

terjangkau terutama akibat faktor geografis dan juga dengan *insurtech* dapat membuat dana operasional lebih efisien.

Namun dibalik kemudahan yang ditawarkan ada juga resiko terkait keamanan pelanggan didalamnya, untuk regulasi *insurtech* sendiri sampai saat ini belum ada peraturan khusus yang mengatur dan masih dalam tahap perumusan regulasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin pesat, diharapkan regulasi yang dihasilkan dapat fleksibel mengikuti perkembangan teknologi, melindungi nasabah, dan pastinya tidak mematikan pergerakan pelaku bisnis.

Contoh *Insurtech* yang beroperasi di Indonesia seperti Cekpremi.com, ASURANSIKU.id, PasarPolis, Premiro, Rajapremi, dan masih banyak lagi lainnya.

f. *Crowdfunding*

Di Indonesia *crowdfunding* sekarang ini sangat dimanfaatkan oleh banyak orang untuk membantu pengusaha, UKM, sampai menolong korban bencana. *Crowdfunding* memiliki empat jenis yang berbeda yang dapat memudahkan pemberi dana (*funder*) untuk memutuskan keputusan penempatan dana yang terbaik, yaitu yang pertama (*donation-based crowdfunding*) atau tidak memberi imbalan apapun dalam segala kontribusi pemberi dana *crowdfunding* berbasis penghargaan (*reward-based crowdfunding*) atau memberikan imbalan berupa penghargaan atau hal yang bukan berupa uang, misal barang elektronik *crowdfunding* berbasis ekuitas (*equity-based crowdfunding*) atau memberikan imbalan kepada pemberi dana (*funder*), dan *crowdfunding* berbasis pinjaman (*lend-based crowdfunding*) atau memberikan imbalan berupa bunga dalam pinjaman yang diberikan oleh pemberi dana. Masing-masing dari jenis *crowdfunding* tersebut tentunya memiliki kelebihan dan kelemahannya masing-masing. *Crowdfunding* juga berpotensi untuk berkontribusi pada upaya inklusi keuangan, menggalang dana dengan cara yang cepat dan mudah dengan telepon seluler, menjangkau pasar yang hanya dibatasi oleh hambatan akses ke platform.

Contoh *Crowdfunding* yang beroperasi di Indonesia seperti EthisCrowd, Gandeng Tangan, Kapital Boost, KitaBisa.com, Wujudkan, dan masih banyak lagi lainnya.

g. *Point of Sale System* (sistem POS)

Di era digital seperti saat ini, berbelanja atau bertransaksi secara online mungkin sudah menjadi hal yang sangat biasa. Munculnya beragam online *marketplace* dan pembayaran digital menjadi salah satu pendorong meningkatnya transaksi yang dilakukan secara daring. Namun ternyata, menurut artikel yang diunggah di platform *Tech in Asia*, 96 % dari transaksi total di Indonesia masih terjadi secara *offline*. Untuk tempat-tempat yang sudah memiliki nama yang besar, biasanya transaksi tersebut diproses melalui mesin kasir yang sudah diinstal di tempat. Sementara bagi toko-toko kecil atau UMKM, transaksi yang terjadi seringkali masih dicatat secara manual menggunakan buku dan pulpen. Berangkat dari permasalahan tersebut, para penyelenggara *fintech point of sale system* (POS *system*) mulai bermunculan di Indonesia. *Fintech POS system* ini menyediakan sebuah aplikasi berbasis *cloud* yang disebut-sebut dapat menggantikan kerja mesin kasir konvensional untuk mencatat dan mengelola segala transaksi dari sebuah bisnis.

Aplikasi POS *system* ini dapat dijalankan melalui perangkat IOS ataupun android apapun, sehingga lebih praktis dan mudah. *Fintech POS system* menawarkan banyak fitur yang dapat membantu pebisnis mencatat seluruh histori transaksi atau penjualannya dan juga jumlah stok ketersediaan stok barang di toko. *Fintech POS system* ini akan terus berinovasi untuk menggaet lebih banyak pasar. Dorongan pemerintah untuk memajukan UMKM ini dapat menjadi peluang yang besar bagi penyelenggara *fintech POS system* karena dengan bertambahnya pelaku UMKM, maka akan bertambah pula pengguna potensial dari aplikasi yang ditawarkan oleh para penyelenggara *fintech POS system*.

Contoh *fintech POS system* yang beroperasi di Indonesia seperti Bimasakti, Deal-Pos, MOKA, Olsera, Pawoon, dan masih banyak lagi lainnya.

#### h. *Crypto & Blockchain*

*Crypto* adalah mata uang terenkripsi (*crypto*), disebut juga sebagai mata uang virtual, mata uang digital, dll. *Cryptocurrency* didasarkan pada sistem kriptografi "*crypto*" dan mata uang. Namun, tidak semua *cryptocurrency* harus digunakan sebagai mata uang seperti semua *cryptocurrency Bitcoin* (BTC) paling populer. *Cryptocurrency* tidak membutuhkan otorisasi pusat, serta transaksi dapat dikelola berdasarkan *peer-to-peer* (P2P). Dengan kata lain, *Cryptocurrency online* dapat terhubung langsung dengan peminjam atau investor. *Cryptocurrency* tidak dapat diretas, berbeda dengan database dana bank yang masih mungkin untuk dicuri atau diretas. *Cryptocurrency* dapat memproses transaksi lebih cepat yaitu dalam hitungan detik atau menit saja. Dari pengiriman lintas batas terlihat bahwa pengiriman dengan menggunakan *cryptocurrency* dapat lebih efisien dan cepat dibandingkan pengiriman melalui bank (Septiady, 2019).

*Blockchain* merupakan protokol basis data yang digunakan untuk mengklasifikasikan data ke dalam "blok", *Blockchain* dapat disebut juga sebagai sejenis database. Pada dasarnya, ini merupakan *spreadsheet* di mana data Kriptografi disebut "*hashing*" yang disimpan dalam unit (*units*) atau blok yang dihubungkan bersama dalam urutan kode. Basis data ini biasanya di desentralisasi dan dikirimkan ke banyak komputer daripada dipusatkan ke dalam satu komputer atau pengelola utama. *Blockchain* merupakan teknologi untuk merekam dan berbagi data di berbagai lokasi penyimpanan data (atau buku harian). Teknologi ini memungkinkan transaksi dan data direkam, dibagikan, dan disinkronkan antar jaringan yang didistribusikan di jaringan peserta yang berbeda. *Blockchain* mengintegrasikan berbagai sistem berbeda untuk menghasilkan data *benchmark* yang akurat, sehingga menghilangkan kebutuhan untuk pencocokan data kemudian (pemrosesan pemrosesan langsung transaksi tanpa kontak) (Septiady, 2019).

Pada Juni 2018, Otoritas Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditas Indonesia "Bappebti" mengumumkan bahwa *cryptocurrency*

seperti Bitcoin secara hukum diakui sebagai komoditas yang dapat digunakan dalam perdagangan berjangka negara tersebut. Pada Februari 2019 ketika Bappebti mengeluarkan Peraturan No. 19, peraturan kerangka *cryptocurrency* Indonesia semakin ditingkatkan. 5 Mei 2019. Pemerintah tersebut menentukan detail kerangka peraturan yang mengatur pasar aset kripto berjangka Indonesia, termasuk kewajiban kepatuhan pedagang aset kripto, bursa, lembaga kliring, dan lembaga penyimpanan.

Contoh *Crypto & Blockchain* yang beroperasi di Indonesia seperti Bitcoin.co.id, INDODAX, Luno, PundiX, Quoine, dan masih banyak lagi lainnya.

i. *Accounting*

*Fintech* merupakan gabungan antara keuangan dan teknologi yang telah mengubah cara bekerja industri keuangan menjadi lebih mudah dan praktis. Proses penginputan data yang memakan waktu dan biaya dapat dibantu dengan teknologi sehingga data yang diinput dapat terekam secara otomatis. Keuntungan mendigitalisasi proses akuntansi selain menghemat waktu dan biaya adalah laporan keuangan yang dapat dilihat secara langsung atau *real-time* karena data akan terinput secara otomatis, dengan begitu akan mudah membaca informasi keuangan seperti *cash flow*, tagihan, gaji dan pengeluaran perusahaan. Teknologi bukan berarti menggeser akuntan, peran tetapi mengefisienkan waktu dan tenaga akuntan agar dapat fokus melakukan proses akuntansi yang lebih penting. Kedepannya perusahaan akan mencari akuntan yang dapat memberikan nilai bisnis yang nyata dan pemahaman yang mendalam.

Sayangnya di Indonesia sendiri masih sedikit *fintech* akuntansi ini. *Fintech* akuntansi ini memiliki peluang yang besar dan baik kedepannya karena sudah pasti akuntan diperlukan untuk kemajuan perusahaan besar maupun perusahaan kecil, dengan adanya *fintech* akuntansi akan sangat membantu perusahaan berkembang dengan baik. Contoh *Accounting* yang beroperasi di Indonesia seperti Zahir Capital Hub, Jojonomic, Jurnal (Felita & Amanda, 2021).

### c. Regulasi dan Regulator *fintech* di Indonesia

Regulasi industri *fintech* sangatlah penting keberadaannya, karena produk *fintech* adalah hal baru dalam dunia perekonomian. Belum banyak regulasi yang mengatur operasional *fintech* di Indonesia sehingga banyak hal yang masih menimbulkan masalah. Dalam kaidah fiqh dijelaskan bahwa:

لَأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya: “Pada dasarnya, segala bentuk muamalat diperbolehkan kecuali ada dalil yang mengharamkannya atau meniadakan kebolehanannya”.

*Fintech* merupakan bagian dari lembaga keuangan bukan bank, yang dimana dalam lembaga keuangan non-bank ini memiliki ciri khas usahanya masing-masing dengan lebih banyaknya jenis layanannya ketimbang lembaga keuangan bank. Pihak yang berwenang dalam membuat peraturan mengenai *fintech* di Indonesia sendiri yaitu terdiri dari Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan Indonesia, dan Majelis Ulama Indonesia. Berikut merupakan salah satu peraturan terkait *fintech* yang ada di Indonesia, yaitu:

1. Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan.
2. Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.
3. Peraturan Bank Indonesia No. 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik.
4. Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Syariah Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah.
5. Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah.

Regulasi mengenai operasional industri *fintech* sangat diperlukan untuk dijadikan pedoman bagi masyarakat. Khususnya masyarakat muslim sangat membutuhkan pedoman untuk mengetahui batasan-batasan bertransaksi menggunakan *fintech*. Mengingat fenomena perkembangan

*fintech* masih tergolong hal baru bagi sebagian masyarakat dan masih belum banyak aplikasi *fintech* berbasis syariah.

Regulator *fintech* di Indonesia hadir untuk mengatur industri *fintech* agar tidak terjadi kesalahan tata kelola. Regulator *fintech* di Indonesia terdiri dari beberapa lembaga, yaitu Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Kementerian Informasi dan Komunikasi, dan Bank Indonesia. Menurut CNBC Indonesia (2018), pada awalnya ada perdebatan mengenai regulator karena perusahaan *fintech* menolak untuk di atur bank Indonesia dengan alasan bukan perbankan, tetapi setelah ada proses negosiasi, regulator *fintech* terbagi menjadi 2, yaitu:

1. Bank Indonesia untuk mengatur regulator *fintech payment gateway*;
2. OJK untuk *fintech* aggregator keuangan, *peer-to-peer lending*, dan konsultasi keuangan.

Berdasarkan PJOK Nomor 77, tahun 2016, OJK mengatur *fintech lending* dalam hal antara lain pendaftaran penyelenggaraan, mitigasi risiko, tata kelola, larangan, laporan berkala. Kemudian di bawah OJK, terdapat lembaga asosiasi *fintech* pendanaan bersama Indonesia atau biasa disebut AFPI. AFPI merupakan organisasi para *fintech P2P lending* bernaung, yang dimana semua *fintech P2P lending* legal harus menjadi anggota AFPI.

Kemudian untuk *fintech* sistem pembayaran diregulasi oleh Bank Indonesia, yang dimana Bank Indonesia berperan dalam mengatur *fintech* sistem pembayaran di Indonesia, mulai dari penerbitan izin penyelenggaraan jenis pembayaran hingga pengawasan. Bank Indonesia mengatur melalui peraturan Bank Indonesia No.19, Tahun 2017. Semua perusahaan *fintech* sistem pembayaran wajib mendaftar ke BI, harus patuh terhadap aturan yang dikeluarkan oleh BI, dan wajib untuk melaporkan kegiatan secara rutin (Felita & Amanda, 2021).

Melalui Peraturan Anggota Dewan Gubernur No 19 tahun 2017, BI juga mengatur tentang *regulatory sandbox*, yang merupakan ruang uji coba terbatas secara aman digunakan untuk melakukan pengujian terhadap penyelenggara teknologi finansial serta produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnisnya. dan Kementerian Informasi Komunikasi mengatur segala



transaksi elektronik yang melibatkan *fintech*. Kominfo akan membuat jenis transaksi apa saja yang legal dilakukan oleh *fintech* dan larangan jenis transaksi elektronik. Kominfo mengatur melalui Undang Undang No. 19 Tahun 2016 tentang UU ITE. UU ITE juga mengatur mengenai perlindungan data pribadi. Setiap transaksi yang dilakukan oleh perusahaan *fintech* diwajibkan dalam menghargai data dari konsumen, mulai dari cara pemerolehan data, pengumpulan, pengolahan dan penghapusan data.

Bagi perusahaan *fintech*, customer atau pelanggan merupakan generasi sumber pendapatan. Pelanggan perorangan dan UMKM merupakan sumber pendapatan utama dalam industri ini, meskipun terdapat organisasi besar sebagai sumber pendapatan penting. Generasi milenial dengan usia antara 18-34 tahun memiliki porsi yang signifikan dalam penggunaan *fintech* di sebagian besar negara. Pada demografi masa *fintech* mendatang, generasi milenial yang paham teknologi akan menyumbang sebagian besar populasi dan mendorong pertumbuhan layanan Hal tersebut, menjadi keuntungan bagi perusahaan *fintech* yang ada di beberapa dekade mendatang (Lee et al., 2018). Tahun 2020 merupakan tahun bangkitnya keterhubungan pelanggan atau *connected customer*. Namun di Indonesia sendiri, sebagian besar masyarakat atau bahkan pelanggan *fintech* belum paham akan aspek dari *fintech* itu sendiri. Hal tersebut berpengaruh bagi potensi perkembangan *fintech* mengingat pangsa pasar *fintech* dinilai besar di Indonesia. Oleh sebabnya, *fintech* harus lebih dahulu menghampiri pelanggannya.

#### **d. Manfaat menggunakan *fintech***

##### **(i) Manfaat dari Sudut Pandang Konsumen,**

Inovasi *fintech* berpotensi menguntungkan konsumen dan usaha kecil. Manfaat ini dapat mencakup perluasan akses ke layanan keuangan, menjangkau konsumen yang kurang terlayani, mengurangi biaya transaksi, menawarkan kenyamanan dan efisiensi yang lebih besar, dan memungkinkan kontrol yang lebih baik atas pengeluaran dan anggaran. Dari tahun ke tahun *fintech* selalu berkembang, banyak produk baru di bidang *fintech* yang diluncurkan, seperti *mobile wallet*,

*payment app, auto financial planner platform crowdfunding*, pinjaman *online*, hingga *platform online* investasi (Felita & Amanda, 2021). Semua hal itu membantu konsumen untuk lebih mudah mengakses produk finansial. Manfaat *fintech* yang paling utama adalah:

1. Mendapat layanan yang lebih baik. Dengan hadirnya *fintech* maka mempermudah berbagai layanan publik seperti pembayaran *e - money*, pembelian tiket, pemesanan hotel, dll.
2. Pilihan yang lebih banyak dalam melakukan transaksi. Semakin banyak *fintech* yang menyediakan fitur pembayaran yang beragam semakin mempermudah orang untuk tidak perlu menyediakan uang tunai dan mengingat apa saja pengeluaran yang dilakukan karena sudah tercatat di dalam histori transaksi.
3. Harga yang lebih murah, sehingga lebih menguntungkan. Berbagai perusahaan *fintech* bersaing dalam mencari konsumen mereka, oleh karena itu mereka berusaha mencari cara agar dapat mengalahkan persaingan dengan memberikan layanan yang lebih baik dari perusahaan pesaingnya seperti memberikan diskon, voucher, kode referral, bonus point, dll. Hal itu tentu menguntungkan pihak konsumen karena mendapatkan bonus dari transaksi yang mereka lakukan.

**(ii) Manfaat dari Sudut Pandang Perusahaan**

Inovasi *fintech* yang ada tidak hanya bermanfaat untuk konsumen saja, namun inovasi ini juga dapat bermanfaat untuk korporasi atau perusahaan dalam menjalankan usahanya (Felita & Amanda, 2021). Berikut ini beberapa layanan *fintech* bagi perusahaan diantaranya adalah:

1. Layanan *fintech* yang memberikan pinjaman modal dengan proses pengajuan yang lebih cepat dan singkat dibandingkan lembaga keuangan konvensional seperti bank yang harus menyertakan jaminan, berbeda dengan layanan pinjaman *fintech* hanya memerlukan dokumen-dokumen yang perlu dilengkapi maka dari itu layanan ini menjadi alternatif dari peminjaman melalui bank.

Pinjaman yang diajukan dapat cair dalam waktu relatif singkat yakni kurang dari seminggu.

2. Layanan pembayaran digital juga atau membuat transaksi yang dilakukan menjadi lebih mudah dan aman bagi perusahaan. Proses transaksi cepat dan aman, hal ini akan mampu menarik lebih banyak perusahaan korporasi sehingga memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis. Keunggulan dari pembayaran digital ini adalah sistem pencatatan yang otomatis *realtime*, memudahkan korporasi untuk melakukan proses auditing pada transaksi yang telah terjadi di perusahaannya.
3. Layanan pengaturan keuangan oleh *fintech*. Inovasi ini bertujuan membantu perusahaan dalam mengatur keuangan perusahaan. Layanan yang diberikan oleh *fintech* ini meliputi pencatatan keluar masuknya dana, pemantauan dan investasi yang dilakukan, dan konsultasi keuangan tanpa dikenakan biaya.

### **(iii) Manfaat dari Sudut Pandang Negara**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia saat ini menjadi salah satu penggerak ekonomi nasional serta solusi dari pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Terutama dalam masa krisis dampak pandemi Covid - 19, UMKM menjadi harapan dalam pertumbuhan ekonomi serta menjadi pelaku ekonomi terbesar dengan kontribusi yang cukup besar. Namun hasil riset menyatakan bahwa perkembangan UMKM di Indonesia memiliki dua hambatan utama, yakni kesulitan modal dan pemasaran. Pemerintah Republik Indonesia sejak tahun 2007 sebenarnya sudah mengeluarkan sebuah program untuk mendukung dan menopang UMKM, yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Akan tetapi, para pelaku UMKM yang hendak mengajukan KUR melalui bank diwajibkan untuk memiliki agunan sebagai syarat utamanya. Hal tersebut menjadi sebuah kendala utama bagi beberapa pelaku UMKM yang menjadikan mereka semakin kesulitan untuk memperoleh modal. Celah tersebut menjadi suatu kesempatan bagi para

pelaku *fintech* dengan menawarkan pelayanan *Peer-to-Peer lending* (*P2P lending*). Selanjutnya tersedia juga layanan *fintech* lainnya yaitu *crowdfunding*. Kedua solusi pinjaman modal atau pembiayaan yang ditawarkan oleh perusahaan *fintech* saat ini turut mendukung perekonomian negara dengan membantu bisnis kecil mendapatkan modal usaha dengan mudah dan cepat (Felita & Amanda, 2021).

Seperti dikutip dari laman edukasi pada situs Bank Indonesia, bagi suatu negara *fintech* memberi manfaat:

1. Mendorong transmisi kebijakan ekonomi.
2. Meningkatkan kecepatan perputaran uang sehingga meningkatkan ekonomi masyarakat.
3. Di Indonesia, *fintech* turut mendorong Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SKNI).

*Fintech* akan diperkirakan mempengaruhi transmisi kebijakan moneter melalui tiga *channel*, yaitu bank *lending channel*, *interest rate channel*, dan *wealth channel* (Singh et al, 2008). Berdasarkan sebuah hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa *fintech* memiliki dampak negatif terhadap bank *lending* dan *interest rate channel*, sedangkan dengan *wealth channel* memiliki hasil positif.

## **2. *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)***

Pada teori perilaku ada sebuah teori yang berhubungan dengan bagaimana menyikapi penggunaan teknologi, yaitu yang lebih dikenal dengan TAM (*Technology Acceptance Model*). Teori ini dikembangkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989. Davis memaparkan dalam teori TAM ini bahwa dalam penggunaan teknologi ada dua variabel yang mempengaruhi yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan. Yang dimana sebenarnya ada lima hal yang mendasari teori TAM, antara lain:

1. Kegunaan persepsian.
2. Kemudahan persepsian.
3. Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*).

4. Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavior intention to use*).
5. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual teknologi use*).

Kemudian terdapat dalam teori lain juga mengenai bagaimana menyikapi penggunaan teknologi yaitu *Planned Behavior Theory* (TPB). Yang dimana dalam penelitian variabel kepercayaan dan keamanan dapat dijelaskan oleh teori TPB ini keterkaitannya sehingga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam penggunaan teknologi informasi. Teori TPB ini dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991, teori ini selalu digunakan ketika menjelaskan perilaku individu pada saat penggunaan teknologi. TPB memiliki keuntungan untuk dapat menganalisis situasi di mana orang tidak memiliki kendali atas perilaku mereka. Dengan demikian variabel yang terdapat dalam penelitian ini merupakan salah satu dari penggabungan kedua teori diatas, yaitu persepsi kepercayaan, kemudahan, dan keamanan.

### 3. Teori Perilaku Konsumen Pengguna Fintech

Perilaku konsumen merupakan sebuah tingkah laku atau bentuk dari suatu kegiatan seseorang yang dimana berkaitan dengan proses keputusan pembelian terhadap suatu barang dan jasa. Pemaparan Wibowo dan Supriadi (2013) terkait perilaku konsumen sebagai sikap atau tingkah laku dalam hal mencari, menukar, menggunakan, mengevaluasi dan merakit barang dan jasa yang tampak sesuai dengan kebutuhannya. Pendapat lain mengatakan bahwa perilaku konsumen ini merupakan sebuah tingkah laku atau bagaimana seseorang, kelompok, dan organisasi tertentu dalam hal membeli, memilih, memakai, serta memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan menggunakan barang, jasa, pengalaman, ataupun ide (Keller, 2008).

Perilaku konsumen juga diartikan sebagai tindakan yang dilakukan dalam membeli, menilai, menjual, memakai barang ataupun jasa yang memang mereka inginkan dapat memenuhi kebutuhannya (Sumarwan, 2011). Kemudian diartikan juga sebagai Individu yang mempunyai karakteristik seperti keterampilan, keyakinan pribadi, pengalaman masa lalu, dll., dan memanifestasikan diri mereka dalam penempatan hierarkis, pekerjaan, kewajiban, wewenang dan tanggung jawab, sistem evaluasi, sistem manajemen, dll. (Rivai et al. 2014). Dari uraian tersebut, bisa disimpulkan

bahwa perilaku konsumen ialah serangkaian perilaku aktual yang dilakukan oleh seseorang, dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mengarahkan individu tersebut untuk memilih dan menggunakan produk atau jasa yang diinginkan.

Terlebih dalam dewasa ini, digitalisasi membuat langkah besar, terutama setelah pandemi Covid-19, aktivitas masyarakat sepenuhnya online. Bahkan hingga saat ini, perilaku konsumen tidak berkurang. Konsumerisme ini terus mendorong orang untuk membelanjakan uang. Masyarakat selalu ingin memanjakan diri dan menghadahi diri mereka sendiri dengan kebiasaan terus mengkonsumsi. Namun, aktivitas konsumen ini tampaknya konstan dan orang-orang masih menghabiskan uang bahkan di saat kesulitan keuangan (Roslan, 2018). Hal tersebut tentunya tidak berjalan sendiri, namun juga dipengaruhi oleh para pemilik usaha yang melihat peluang darinya. Perusahaan-perusahaan ini secara tradisional mengetahui bahwa mereka tidak dapat menjual secara langsung, mereka pun beralih media penjualan secara daring atau online dalam menyeimbangi kegiatan masyarakat dalam hal konsumsi ditengah pandemi. Perusahaan juga berpartisipasi dalam mengiklankan produk yang dapat menarik minat konsumen secara online.

Jadi, melihat keadaan ini, kita dapat melihat bahwa meskipun ruang gerak manusia secara fisik terbatas, peluang dan kemungkinan ini dihalang sejalan dengan kemajuan zaman. Tidak ada lokasi transaksi keuangan pribadi secara fisik dan langsung, tetapi lokasi online dengan menggunakan internet selalu ada dan terbuka luas. Kehadiran *fintech* akan memudahkan masyarakat di masa pandemi. Masyarakat tidak harus meninggalkan rumah, dan dapat memesan barang dan maupun keperluan lainnya sebanyak yang dibutuhkan. Perilaku konsumen terus meningkat karena terlalu mudahnya memesan dan membeli produk tersebut. Begitupun penggunaan *fintech* yang semakin meningkat seiring dengan meningkatnya penggunaan Internet. Jangkauan yang luas melalui internet memungkinkan pengguna untuk melakukan semua aktivitas keuangan dengan mudah dan efisien di ponsel mereka. Tidak diragukan lagi, *fintech* dapat mempermudah sekaligus sebagai cara lain untuk melakukan pembayaran sehingga masyarakat tetap dapat menjaga jarak di masa pandemi.

#### 4. Minat

Dalam kamus besar bahasa Indonesia dipaparkan bahwa “minat” merupakan kata yang berarti sebuah kecondongan yang kuat terhadap keinginan, sesuatu hal, setra gairah atau ketertarikan. Maka dapat dikatakan bahwa seseorang yang memiliki minat akan selalu berusaha dan bekerja keras untuk mewujudkannya. Menurut H.C. Witherington yang dikutip oleh Arikunto (2006), minat diartikan sebagai kesadaran individu terhadap objek, masalah atau situasi yang menarik perhatiannya. Pada intinya, minat ialah serangkaian hal yang berkaitan didalam diri seorang individu dengan hal diluar diri, yang nantinya ketika hubungan tersebut semakin kuat maka minatnya pun semakin meningkat (Slameto, 2010).

Fokus penelitian variabel minat dalam penelitian ini adalah pada keinginan seseorang yang bertransaksi dengan *fintech* agar mau mencobanya, terus mencoba, dan terus menggunakannya. Minat menggunakan adalah aspek psikologi manusia yang cenderung lebih memperhatikan atau mengalami kesenangan terhadap objek, dimana perasaan ini dapat mendorong seseorang untuk mencapai suatu tujuan. Minat setiap individu tidaklah sama, Ini karena minat satu orang memiliki banyak bentuk yang berbeda. Berikut adalah empat jenis menurut Super dan Crites:

- a. *Expressed Interest* (Minat yang diekspresikan secara verbal),  
Ini mengacu pada minat suatu objek, aktivitas, subjek studi atau pekerjaan seperti yang diungkapkan secara verbal oleh seorang individu. Dapat dilihat dari sikap individu tersebut terhadap minat jenis ini. Misalnya, individu mungkin mengatakan bahwa mendukung atau melarang, kemudian seperti pernyataan suka atau tidak suka, dll. Yang secara langsung dinyatakan dalam sebuah ungkapan pernyataan.
- b. *Manifest Interest* (Minat yang dinyatakan dalam bentuk kegiatan atau perbuatan),  
Ini mengacu pada pasrtisipasi aktual dalam suatu kegiatan atau pekerjaan, dimana dapat dilihat melalui sebuah tindakan yang sering individu lakukan. Disimpulkan bahwa jika seseorang sering atau

senang dalam melakukan sebuah kegiatan atau aktivitas tertentu maka orang tersebut dikatakan memiliki minat terhadap hal yang dia lakukan, itulah yang dimaksud dalam minat jenis ini. Sebagai contoh kasus misalnya, ketika individu dikatakan sering membeli suatu produk X maka dapat dikatakan bahwa dari tindakannya tersebut, ia berminat atau tertarik terhadap produk X tersebut. Begitupun dalam hal nya menggunakan aplikasi, jika seseorang telah menggunakan dalam waktu yang lama maka orang tersebut sangat berminat dan tertarik dengan penggunaan aplikasi yang telah digunakannya dalam waktu yang lama.

c. *Tested Interest* (Minat yang tidak jelas),

Ini mengacu pada minat yang terdapat dalam diri individu yang sifatnya masih tersembunyi, baik berupa verbal ataupun kegiatan. Minat ini dapat diketahui melalui tes obyektif. Tes obyektif sendiri adalah suatu tes yang dilakukan dalam mengetahui minat seseorang dengan memberikan jawaban ya-tidak (*yes-no test*) pada sebuah pertanyaan pendek (*short answer test*).

d. *Inventoried Interest* (Minat yang masih laten),

Sebenarnya minat ini terlihat sama seperti minat *tested Interest*, yang dimana bersifat terpendam dalam diri seseorang yang memiliki potensi untuk dapat terus berkembang. Minat ini pun dapat kita lihat melalui alat-alat yang sudah distandarisasikan, ataupun melalui tes inventori. Test tersebut merupakan salah satu ujian dalam mengukur karakteristik potensi seseorang.

Menurut Ferdinand (2014) terdapat empat indikator minat, sebagai berikut:

1. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat Referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat Preferensial, yaitu perilaku yang menggambarkan minat seseorang yang memiliki preferensi utama terhadap produk tersebut.



Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

4. Minat Eksploratif, yaitu perilaku seseorang yang menggambarkan minat ini untuk selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

## 5. Persepsi Kepercayaan

Persepsi bermakna suatu proses atau langkah dimana seseorang memilih, menerima, mengatur serta menginterpretasikan sebuah informasi yang diterima dari lingkungannya (Herlan & Yono, 2016). Pengertian persepsi dalam Khakim (2016) dirujuk sebagai proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap rangsang yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu. Persepsi mempunyai implikasi strategi bagi para pemasar, karena para konsumen mengambil keputusan berdasarkan apa yang mereka rasakan, dari pada atas dasar realitas yang obyektif. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), realitas bagi seseorang semata-mata merupakan persepsi bagi orang itu mengenai apa yang ada di luar sana.

Individu bertindak dan bereaksi berdasarkan persepsi mereka dan bukan berdasarkan realitas yang obyektif. Jadi bagi pemasar persepsi jauh lebih penting dari pada pengetahuan mereka mengenai realitas obyektif, karena jika seorang berfikir mengenai realitas, sesungguhnya itu bukanlah realitas sesungguhnya, tetapi apa yang dipikirkan konsumen sebagai realitas, yang akan mempengaruhi tindakan mereka. Dan, karena individu membuat keputusan dan mengambil tindakan berdasarkan apa yang mereka rasakan sebagai realitas, maka para pemasar perlu sekali memahami gagasan persepsi secara keseluruhan dan berbagai konsep yang berhubungan dengannya, sehingga mereka dapat lebih mudah menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen.

Mulyana (2015) menyatakan ada beberapa prinsip penting mengenai persepsi manusia, yaitu:

1. Persepsi berdasarkan pengalaman yaitu persepsi manusia terhadap seseorang, objek, atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian yang serupa.
2. Persepsi bersifat selektif. Setiap manusia sering mendapatkan rangsangan indrawi. Atensi kita pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektifitas kita atas rangsangan tersebut.
3. Persepsi bersifat dugaan. Terjadi karena data yang kita peroleh mengenai obyek tidak pernah lengkap sehingga proses persepsi yang bersifat dugaan ini memungkinkan kita menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari suatu sudut pandang manapun.
4. Persepsi bersifat evaluatif. Artinya kebanyakan dari kita mengatakan bahwa apa yang kita persepsikan itu adalah suatu yang nyata, akan tetapi terkadang alat-alat indra dan persepsi kita menipu kita sehingga kita juga ragu seberapa dekat persepsi kita dengan realitas sebenarnya.
5. Persepsi bersifat kontekstual. Maksudnya bahwa dari semua pengaruh dalam persepsi kita, konteks merupakan salah satu pengaruh yang paling kuat. Ketika kita melihat seseorang, suatu objek atau suatu kejadian, konteks rangsangan sangat mempengaruhi struktur kognitif.

Kepercayaan adalah ukuran keyakinan diri seseorang ketika memercayai orang lain tanpa harus mengawasi dan mengendalikannya. Kepercayaan (*trust*) merupakan pondasi dari suatu hubungan. Suatu hubungan antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling memercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Di dunia ekonomi, kepercayaan telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan (Yousafzai 2003 dalam Olga, 2021).

Pendapat lain seperti Mayer dan Rahmawati (dalam Bella, 2014: 9) mendefinisikan kepercayaan sebagai kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan

melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya. Ketika janji perusahaan kepada pelanggannya diberikan, hal tersebut merujuk kepada kepercayaan pelanggan dengan rasa percaya yang semakin besar kepada perusahaan tersebut sehingga dengan begitu akan saling memberikan tindakan yang menguntungkan kedua pihak.

Dalam menciptakan kepercayaan dengan pelanggan membutuhkan waktu dan dapat tercipta ketika seseorang saling bertemu lagi dan lagi. Dengan demikian dalam membangun sebuah kepercayaan, sector industri akan lebih dapat diandalkan dan lebih mungkin terjadi. Terlebih saat terjadi perdagangan jangka pendek dan jangka panjang dalam suatu lingkungan yang melibatkan pengambilan resiko yang sifatnya penuh ketidakpastian (Donni, 2017). Menurut Jasfar (2009), kepercayaan yang ada pada penyedia jasa sangatlah penting, karena perusahaan menjanjikan produk yang tidak terlihat. Maka dari itu, dalam penggunaan aplikasi *fintech* ini sebuah kepercayaan dianggap penting karena dalam bertransaksi dalam *fintech* terlebih dilakukan secara digital atau *online* yang dimana tidak bertemunya pihak penyedia jasa dengan pelanggan.

Kepercayaan ini berpengaruh terhadap sikap, kepuasan dan loyalitas pelanggan. Tingkah laku atau perilaku pelanggan akan juga mempengaruhi sikap dan kepuasannya. Kemudahan pelanggan untuk berubah juga mempengaruhi sikap, kepuasan dan loyalitas pelanggan itu sendiri. Nilai pelanggan tentang suatu produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sikap yang dimiliki pelanggan mempengaruhi kepuasan dan kepuasan pelanggan berpengaruh pada loyalitas. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah keyakinan individu akan kebaikan individu atau kelompok lain atau perusahaan dalam melaksanakan tugas dan kewajiban untuk kepentingan bersama.

Ganesan dan Shankar menjelaskan bahwa kepercayaan itu merupakan refleksi dari dua komponen, yaitu:

1. *Credibility*: yang didasarkan kepada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain dan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektivitas dan kehandalan pekerjaan.
2. *Benevolence*: yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan, yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan menurut Job (2005) dan Putnam, ada dua yaitu:

1. Faktor rasional. Faktor rasional bersifat strategis dan kalkulatif dengan kata lain orang dapat dipercaya karena memiliki keahlian khusus atau memiliki jabatan profesional. Orang yang memberikan kepercayaan (*trustor*) dapat memperkirakan apakah orang yang mendapat kepercayaan (*trustee*) dapat melaksanakan tuntutan *trustor* tersebut. Pandangan bahwa munculnya kepercayaan pada umumnya dari faktor rasional (Coleman, Gambetta, Hardin, Luhmann, Yamagishi, dalam Job, 2005; Braun, 2011), dan asumsi bahwa untuk memberi kepercayaan (*trust*) kepada orang lain harus terlebih dahulu mendapat informasi atau pengetahuan tentangnya.
2. Faktor relasional. Faktor relasional disebut juga faktor afektif atau moralistik. Kepercayaan relasional berakar melalui etika yang baik, dan berbasis pada kebaikan seseorang. Kepercayaan relasional memiliki dasar nilai yang disepakati suatu komunitas, gerak hati, dan kepentingan bersama. Komunitas memiliki pertimbangan sebelum memberikan kepercayaan dan sebuah perubahan tidak dibebankan pada satu orang saja (Mishler & Rose dalam Job, 2005). Teori relasional mengatakan kepercayaan merupakan hal yang terkondisi melalui budaya dan pengalaman, keyakinan mengenai orang yang dapat bekerja di institusi politik.

Jadi, faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan terdiri dari dua hal yakni faktor rasional dan faktor relasional. Kemudian menurut Mayer (dalam

Ainurrofiq, 2007) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu:

1. Kemampuan. Kepercayaan adalah ranah khusus, sehingga individu membutuhkan keyakinan akan seberapa baik seseorang memperlihatkan performanya. Faktor pengalaman dan pembuktian performanya akan mendasari munculnya kepercayaan orang lain terhadap individu. Kim (dalam Ainurrofiq, 2007) menyatakan bahwa ability meliputi kompetensi, pengalaman, pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan.
2. Integritas. Integritas terlihat dari konsistensi antara ucapan dan perbuatan dengan nilai-nilai diri seseorang. Kejujuran saja tidak cukup untuk menjelaskan tentang integritas, namun integritas memerlukan keteguhan hati dalam menerima tekanan. Kim (dalam Ainurrofiq, 2007) mengemukakan bahwa *integrity* dapat dilihat dari sudut kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterusterangan (*honestly*), keterkaitan (*dependability*), dan kehandalan (*reliability*).
3. Kebaikan hati. Kebaikan hati berkaitan dengan intensi (niat). Ada ketertarikan dalam diri seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain. Hal tersebut akan mengarahkannya untuk memikirkan orang tersebut dan memberikan intensi untuk percaya atau tidak dengan orang tersebut. Menurut Kim (dalam Ainurrofiq, 2007), *benevolence* meliputi perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima.

Adanya beberapa faktor yang telah disebutkan maka dapat disimpulkan faktor yang membentuk kepercayaan antara individu dengan yang lain yaitu faktor kemampuan, integritas dan faktor kebaikan hati. Indikator kepercayaan menurut Chuang, et.al. (2016) yaitu:

1. Keyakinan pada layanan
2. Persepsi Kualitas layanan
3. Persepsi keamanan layanan

## 6. Persepsi Kemudahan

Kemudahan penggunaan merupakan suatu tolak ukur seseorang dalam mempercayai bahwa ketika kita melibatkan teknologi dalam sebuah pekerjaan, maka pekerjaan tersebut akan lebih ringan dengan tidak menguras usaha berlebih (Jogiyanto, 2007). Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi dirasa mudah dalam penggunaannya, maka orang tersebut akan menggunakannya. Kemudahan memiliki pengaruh terhadap sikap seseorang dalam dua mekanisme, yaitu efikasi diri dan instrumentalitas.

Definisi persepsi kemudahan penggunaan berdasarkan bahasanya “*easy of use*” berarti suatu ukuran keyakinan pengguna suatu teknologi tertentu bahwa dengan menggunakan suatu teknologi dapat memberikan keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih. Kata *easy* yang berarti kemudahan menunjukkan kebebasan dari kesulitan atau usaha lebih. Persepsi kemudahan penggunaan diartikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah dipahami dan mudah penggunaannya. Menurut pengertiannya seseorang akan menggunakan suatu teknologi jika memiliki anggapan bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah demikian menunjukkan bahwa suatu inovasi teknologi diciptakan guna mempermudah penggunaannya bukan untuk mempersulit penggunaannya.

Kemudahan sesuai dengan firman Allah dalam Al-qur’an Q.S Al-Insyirah ayat 5-6:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: “*Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*”. (Q.S Al-Insyirah ayat 5-6)

Dari ayat di atas Allah SWT mengatakan bahwa kesulitan yang diberikan dalam kehidupan pasti dibalikinya ada kemudahan. Dalam konteks kemudahan, ayat tersebut dapat dipahami terkait dengan finansial teknologi bahwa kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga dalam menggunakan suatu sistem.

Semakin mudah penggunaan teknologi, maka semakin tinggi tingkat efikasi diri penggunaannya. Persepsi kemudahan juga berdampak pada

peningkatan kinerja (Istiarni, 2014). Hal tersebut memiliki makna bahwa semakin mudah penggunaan teknologi atau sistem yang dirasakan penggunanya, maka lebih banyak pengguna yang akan tertarik dalam menggunakannya. Kemudahan yang dirasakan mempengaruhi sikap individu dalam dua mekanisme yaitu *self-efficacy* dan *instrumentaly*. Semakin mudah teknologi digunakan maka akan meningkatkan *self-efficacy* penggunanya. Kemudahan yang dirasakan juga memberikan dampak dalam memperbaiki kinerja seseorang.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak kemudahan yang dapat dirasakan dari penggunaan teknologi atau sistem maka dapat mempengaruhi ketertarikan penggunanya. Indikator persepsi kemudahan penggunaan menurut Venkates dan Davis (2000) yaitu diantaranya:

1. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)
2. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*)
3. Sistem mudah digunakan (*easy to use*)
4. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang diinginkan individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*)

## 7. Persepsi Keamanan

Dalam bertransaksi konsep keamanan merupakan hal yang paling penting dan juga salah satu hal yang penting dalam sistem pengadopsian sebuah teknologi informasi. Keamanan informasi adalah bagaimana cara mendeteksi adanya penipuan atau setidaknya mencegah terjadinya penipuan didalam sebuah sistem yang memiliki basis informasi dan informasi tersebut tidak memiliki arti/makna fisik (Ahmad & Pambudi, 2014).

Nilai sebuah informasi sangatlah penting yang menyebabkan informasi yang diinginkan seringkali hanya boleh diakses oleh orang-orang tertentu. Jatuhnya informasi ke tangan pihak lain yang dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Keamanan dari sistem informasi yang digunakan itu harus terjamin dalam batas yang dapat diterima. Keamanan didefinisikan sebagai perlindungan data yang sengaja dilakukan pihak tertentu terhadap

kecelakaan maupun penyalahgunaan dengan memodifikasi serta menghancurkannya (Udo, 2011).

Menurut Pratama (2015) keamanan pasti diberikan oleh para pelaku bisnis kepada pelanggannya, baik produk, jasa, atau keduanya. Keamanan akan memberikan rasa nyaman bagi konsumen serta dapat membuat konsumen lebih percaya dalam menggunakannya. Keamanan merupakan sebuah kunci kepercayaan pelanggan terhadap teknologi yang digunakan saat bertransaksi (Olga, 2021). Nilai informasi sangat penting, oleh sebab itu seringkali informasi tersebut hanya tersedia untuk orang-orang tertentu. Ketika sebuah informasi jatuh ke tangan pihak ketiga maka hal tersebut akan merugikan pemilik informasi itu sendiri. Dalam hal keamanan sistem informasi sudah seharusnya terjamin sesuai batas yang wajar. Maka dalam hal ini keamanan diartikan sebagai salah satu upaya dalam melindungi data yang sengaja dilakukan oleh pihak tertentu, agar terhindar dari kecelakaan atau penyalahgunaan karena gangguan atau kerusakan (Udo, 2011). Risiko keamanan memiliki dampak signifikan pada tingkat kepercayaan. Semakin rendah persepsi risiko seseorang, maka akan semakin tinggi kepercayaannya, dan sebaliknya.

Menurut Raman dan Vishwanathan (2011) terdapat indikator keamanan yang terbagi menjadi 2 yaitu:

1. Kerahasiaan atau Privasi, kerahasiaan sebagai hak seseorang untuk dibiarkan sendiri dan dapat memiliki kontrol atas aliran dalam pengungkapan informasi tentang dirinya sendiri. Perlindungan data pribadi pelanggan terhadap ancaman keamanan dan kontrol informasi dalam lingkungan online.
2. Jaminan Keamanan, faktor penentu akan adanya kepercayaan merupakan hal yang penting dalam perlindungan privasi dan data pribadi, karena apabila pengguna merasa keamanan akan privasi dan data pribadinya terancam maka pengguna tidak akan melakukan sebuah transaksi jaringan digital. Salah satu perlindungan privasi dan data pribadi tersebut berkenaan bagaimana data pribadi tersebut akan di proses termasuk data sensitif dari pengguna yang apabila disebarkan ke



pihak yang tidak bertanggung jawab akan berpotensi menimbulkan kerugian finansial bahkan mengancam keamanan dan keselamatan pemilikinya. Ancaman-ancaman yang timbul dari lemahnya perlindungan privasi dan data pribadi tersebut memiliki korelasi garis lurus dengan pertumbuhan ekonomi yang dihasilkan dari transaksi-transaksi dalam jaringan (online).

Indikator-indikator tersebut, khususnya bagi perusahaan *fintech* menjadi perhatian yang sangat penting dalam hal faktor resiko keamanan sehingga pengguna akan merasa puas dan aman saat menggunakan aplikasi *fintech*. Meskipun dengan adanya *fintech* dapat memberi kemudahan pada masyarakat, *fintech* dapat berisiko bagi masyarakat. Berikut risiko-risiko yang mungkin dihadapi oleh masyarakat yang kami bagi menjadi tiga bagian berdasarkan sudut pandang yaitu, sudut pandang konsumen, perusahaan, dan negara (Felita & Amanda, 2021):

1. Risiko dari Sudut Pandang Konsumen
  - a. Keamanan data konsumen. Resiko keamanan data konsumen merupakan hal yang paling potensial. Dimulai dari penyalahgunaan data pengguna, penipuan bahkan pemalsuan tanda tangan digital serta beragam kejahatan dunia maya lainnya terhadap keamanan data yang rentan perlu diberi atensi.
  - b. Dana konsumen. Konsumen dapat sewaktu-waktu kehilangan dana yang diakibatkan oleh penyalahgunaan dan penipuan.
2. Risiko dari Sudut Pandang Perusahaan
  - a. Risiko gagal bayar. Resiko gagal bayar merupakan hal yang sangat mengkhawatirkan bagi Fintech yang menjalankan bisnis sebagai pembiayaan atau kredit. Maka hal tersebut mengharuskan pihak investor harus siap bahwa risiko untuk menanggung risiko gagal bayar kredit adalah tanggung jawab mereka sejak awal.
  - b. Pencurian Data Konsumen. Perusahaan memiliki kewajiban untuk dapat memastikan keamanan dari data konsumen. Hal ini telah diatur oleh Segi Makro Finansial undang-undang dan merupakan kewajiban terikat. Internal Fraud Karena berurusan dengan data, dan keuangan

nasabah, dibutuhkan internal tim yang memiliki kemampuan untuk bertanggung jawab dan tahan terhadap potensi kesalahan yang disengaja maupun tidak disengaja.

### 3. Risiko dari Sudut Pandang Negara

- a. Risiko Pencucian Dana dan Aksi Terorisme. Fintech tidak hanya menguntungkan bagi suatu negara namun juga memiliki risiko terhadap kasus pencucian dana, serta aksi pendanaan untuk terorisme. Hal tersebut disebabkan karena dengan fintech transaksi keuangan dapat dilakukan dengan lebih mudah dan cepat.
- b. Segi Makro Finansial. Fintech membutuhkan validitas pemeriksaan yang ketat, hal tersebut diperlukan untuk mengurangi risiko finansial, risiko kredit, risiko leverage, risiko likuiditas. Dibutuhkan akuntabilitas dan transparansi laporan keuangan dan assesment. Untuk membuat keamanan lebih terkendali.

Dari berbagai risiko tersebut dapat disimpulkan sebagian besar risiko dalam berbagai segi keseluruhan mencakup risiko keamanan yang utama dan dalam semua sudut pandang diatas menunjukan setiap segi tatanan di negara ini risiko keamanan yang berperan disetiap sudut pandang tersebut.

## 8. Religiusitas

Religiusitas telah didefinisikan oleh McDaniel dan Burnett (1990) sebagai keyakinan atau kepercayaan pada Tuhan dengan diikuti oleh komitmen untuk mentaati aturan dan peraturan yang Tuhan tetapkan. Ada banyak percobaan untuk mengukur tingkat religiusitas individu menggunakan skala yang berbeda, namun dalam penemuan terbaru, para peneliti cenderung lebih fokus pada bagaimana agama memengaruhi perilaku seseorang daripada hanya berfokus pada keyakinan agamanya (Maulidiah, 2021).

Anggasari membedakan antara istilah religi atau agama dengan istilah religiusitas. Agama atau religi menunjuk pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh pemeluknya dan semua itu berfungsi untuk mengikat seseorang atau sekelompok orang dalam hubungan dengan Tuhan, sesama manusia dan alam sekitarnya, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek

yang dihayati oleh individu. Hal ini selaras dengan pendapat Dister yang mengartikan religiusitas sebagai keberagaman, yang berarti adanya unsur internalisasi agama itu dalam diri individu.

Menurut Jalaludin rahmat religiusitas didefinisikan sebagai keberagaman, yang dimana merupakan suatu kondisi yang ada dalam diri mereka untuk mendorong mereka bertindak sesuai dengan tingkat ketaatan mereka terhadap agama. Sementara Zakiah Daradjat mengatakan religiusitas adalah sistem kompleks kepercayaan, sikap dan ritual yang menghubungkan individu dengan keberadaan ataupun sesuatu yang bersifat keagamaan (Daradjat, 2007). Di sisi lain, Evi dan Muhammad Farid berpendapat bahwa religiusitas merupakan penerapan nilai-nilai agama dalam jiwa seseorang. Internalisasi atau penerapan tersebut mengacu kepada kepercayaan terhadap ajaran agama yang didalam hati maupun dalam bentuk ucapan. Kepercayaan ini yang nantinya akan mempengaruhi kita dalam perbuatan dan tingkah laku sehari-hari (Aviyah & Farid, 2014).

Para psikolog sosial membagi dua cara seorang manusia menjadi beragama (Robertson, 1998:229) dalam Aisyah (2014:73):

1. Cara yang komitmen terhadap agama. Dimana agama dipikirkan secara saksama dan diperlakukan dengan sungguh-sungguh sebagai tujuan akhir.
2. Agama dipakai sebagai alat untuk mencapai tujuan-tujuan yang terpusat pada diri sendiri.

Menurut Glock & Stark dalam bukunya yang berjudul “*American Piety: The Nature of Religious*” yang dikutip oleh Ancok dan Suroso, menegaskan bahwa religiusitas adalah simbol dari dimensi keagamaan dalam diri manusia yakni, dimensi keyakinan, dimensi peribadatan, dimensi pengetahuan, dimensi pengalaman, dan dimensi penghayatan.

Faktor- faktor yang Mempengaruhi Religiusitas Thouless (1995), membedakan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan menjadi empat macam, yaitu:

1. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial  
Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan

keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

2. Faktor pengalaman Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengamalan spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.
3. Faktor kehidupan Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu:
  - a. kebutuhan akan keamanan atau keselamatan,
  - b. kebutuhan akan cinta kasih,
  - c. kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan
  - d. kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.
4. Faktor intelektual Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa setiap individu berbeda-beda tingkat religiusitasnya. Dari berbagai teori-teori yang telah dikemukakan diatas maka peneliti mengacu pada teori Glock dan Stark yang mencakup lima dimensi yang mendasari individu dalam religiusitas. Dimensi tersebut meliputi: ideologis atau keyakinan (*religious belief*), ritualistik atau peribadatan (*religious practice*), eksperensial atau pengalaman (*religious feeling*), intelektual atau pengetahuan (*religious knowledge*), dan konsekuensial atau penerapan (*religious effect*).

Yang dimana dalam penelitian ini religiusitas masyarakat dapat dilihat ketika pada saat penggunaan aplikasi *fintech* apakah variabel ini mempengaruhi mereka, karena banyak juga dari masyarakat islam khususnya yang sangat berhati-hati ketika hendak menggunakan suatu hal berkaitan dengan finansial terlebih ada larangan dalam agamanya yang sering atau mungkin akan terjadi pada keuangan konvensional. Oleh sebab itu tak heran banyak dari masyarakat yang memilih menggunakan aplikasi finansial berbasis syariah, karena dirasa lebih aman dan sesuai syariat islam. Akan tetapi tidak

semua masyarakat merasa demikian, karena dilihat dari jumlah masyarakat muslim yang menggunakan finansial konvensional lebih banyak dapat dikatakan sebagian masyarakat menggunakan sistem konvensional karena dirasa lebih mudah dijangkau serta sudah tersebar lebih banyak juga jumlah aplikasinya ketimbang yang berbasis syariah.

Religiusitas dijalankan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi. Mansoer, 2008 (dalam Aisyah, 2014:21) rangkaian dimensi sebagai gambaran kriteria muslim taat adalah:

a. *Habluminallah*

*Habluminallah* ialah perjanjian dari Allah *Subhanallahu wa Ta'ala*. Seorang muslim yang berperilaku *habluminallah* merupakan mengetahui tentang rukun iman dan rukun Islam, mempunyai sikap yang meyakini kebenaran iman dan Islam, dan mempunyai kemauan kuat untuk melakukan ritual Islami, mengamalkan dan menjalankannya dalam kehidupan sehari-hari. Indikator perilaku *habluminallah* dapat diukur dengan:

- a) Pengetahuan keimanan dan ibadah
- b) Sikap terhadap keimanan dan ibadah
- c) Pengalaman keimanan dan ibadah

Religiusitas dalam hal keimanan adalah sesuatu yang bersifat subyektif. Namun tingkat keimanan seseorang bisa diukur berdasarkan ibadah yang dilakukan di kehidupannya dan seberapa besar tingkat pengetahuan agama Islam yang diketahui, sikap islami dalam kegiatan kehidupan dan pengamalannya sebagai wujud keimanannya terhadap Allah *Subhanallahu wa Ta'ala*.

b. *Hablumminannas*

*Hablumminannas* ialah perilaku Islami yang dilakukan dalam kegiatan sehari-hari seorang muslim terhadap dirinya sendiri, sesama manusia dan alam sekitar yang didasarkan oleh nilai-nilai Islam sebagai hasil dan keimanannya kepada Allah *Subhanallahu wa Ta'ala*. Indikator perilaku *Hablumminannas* muslim bisa dipatok dengan:

- a) Perilaku Islam terhadap diri sendiri, antara lain jujur atau amanah, disiplin dan semangat kerja atau bekerja.
- b) Perilaku Islam terhadap sesama manusia, antara lain suka menolong, berbagi, bekerja sama, dermawan, toleran, peduli dan menghormati hak orang lain.

Perilaku Islam terhadap alam sekitar, yaitu cinta atau peduli pada alam dan upaya melestarikan alam.

## B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu yang terbilang cukup relevan dengan penelitian ini, bisa dijadikan sebuah referensi untuk memperluas teori yang digunakan dalam penelitian yang sedang dilakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berupa jurnal relevan dengan penelitian ini yang telah diringkas oleh peneliti sebagai berikut:

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

No	Peneliti dan Sumber Peneliti	Judul	Hasil	Metode Penelitian	
				Persamaan	Perbedaan
1	Artur Barretti Mascarenhas, Cristiane Koda Perpétuo, Erika Borgonovo Barrote, Maria Paula Perides (Mascarenhas et al., 2020)	<i>The Influence of Perceptions of Risks and Benefits on the Continuity of Use of Fintech Services.</i>  Terjemah: Pengaruh Persepsi Risiko dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Layanan <i>Financial Technology (Fintech).</i>	Persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan tetapi variable persepsi manfaat berpengaruh signifikan atau positif terhadap minat penggunaan <i>fintech</i> di negara Brazil.	Objek penelitian menggunakan layanan <i>fintech</i> keseluruhan	Variabel Manfaat

2	Widi Yanto, Fitriani, Ery Baskoro (Yanto et al., 2020)	Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian <i>Financial Technology</i> Pada Aplikasi Ovo Sebagai Digital Payment (Study Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)	Dari ketiga variabel bebas dalam penelitian ini yaitu variabel manfaat, kemudahan dan keamanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terkait minat pemakaian <i>financial technology</i> khususnya aplikasi ovo sebagai digital payment.	Variabel Kemudahan, Keamanan	Variabel manfaat  Objek yang diteliti lebih spesifik: Penggunaan <i>fintech</i> khususnya aplikasi Ovo <i>digital payment</i>
3	Nurdin Nurdin, Winda Nur Azizah, Rusli Rusli (Nurdin et al., 2020)	Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Finansial Technology (Fintech)</i> Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu	Variabel pengetahuan tidak memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan kemudahan dan resiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa bertransaksi menggunakan <i>fintech</i> .	Variabel kemudahan,	Variabel pengetahuan, resiko
4	Oktafalia Marisa (Marisa, 2020)	Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Financial Technology</i>	Dari ketiga variabel bebas diantaranya persepsi kemudahan, efektifitas dan risiko terdapat pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>Financial</i>	Variabel kemudahan	Variabel efektivitas, dan resiko

			<i>Technology</i> pada konsumen di Pasar Tomang Barat, Jakarta Barat.		
5	Siti Rodiah, Inaya Sari Melati (Rodiah & Melati, 2020)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan <i>E-wallet</i> pada Generasi Milenial Kota Semarang.	Tiga dari empat variabel bebas yaitu Persepsi Kemudahan, manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif sedangkan satu variabel bebasnya yaitu risiko memiliki pengaruh negatif terkait minat menggunakan <i>e-wallet</i> .	Variabel kemudahan, kepercayaan  Responden: generasi milenial	Variabel kemanfaatan, risiko  Objek penelitian lebih spesifik: penggunaan aplikasi <i>E-wallet</i>
6	Akhnes Noviyanti, Teguh Erawati (Noviyanti & Erawati, 2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM Di Kabupaten Bantul)	Dua dari tiga variabel bebas yaitu persepsi kemudahan dan efektivitas memiliki pengaruh positif. Sedangkan, satu variabel bebasnya yaitu kepercayaan memiliki pengaruh negatif minat menggunakan <i>financial technology (fintech)</i> .	Variabel Persepsi Kemudahan, Kepercayaan	Variabel Efektivitas  Responden: Pelaku UMKM.



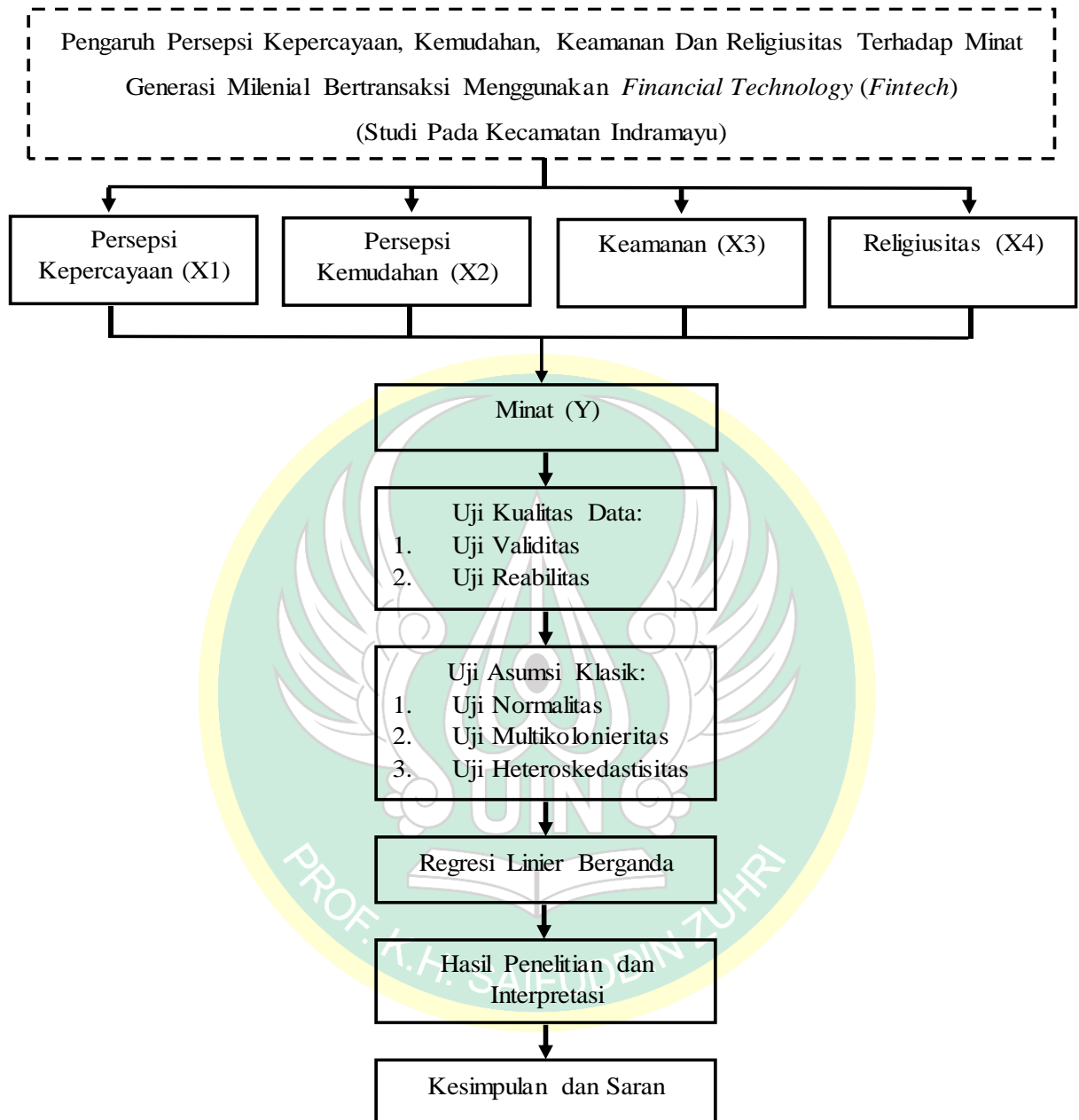
Dapat dilihat dari penelitian terdahulu diatas, bahwa peneliti melakukan penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu dan sebelumnya, yang dimaksudkan untuk mengetahui persamaan serta perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan. Perbedaannya dengan penelitian terdahulu adalah peneliti melakukan penelitian dengan studi pada masyarakat Indramayu dalam penggunaan aplikasi *financial technology* dengan menggunakan variabel bebas diantaranya yaitu persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan religiusitas.

Pastinya ada perbedaan dengan penelitian sebelumnya, dimana penelitian sebelumnya meneliti minat bertransaksi menggunakan *fintech* akan tetapi tidak secara keseluruhan. Kemudian ada yang meneliti minat dalam menggunakan *fintech* secara keseluruhan, namun bervariasi dalam variabel penelitiannya. Pada penelitian sebelumnya ada yang meneliti dengan berfokus kepada mahasiswa dan UMKM sedangkan penelitian ini lebih berfokus ke studi masyarakat wilayah atau kabupaten Indramayu dengan menggunakan generasi milenial sebagai responden dalam penelitian ini. Dengan ada nya beberapa perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, sehingga dapat dijadikan referensi untuk saling melengkapi.

### **C. Kerangka Berpikir**

Perlu adanya kerangka pemikiran yang menjadi landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian berdasarkan pemaparan studi pustaka dan hasil penelitian terdahulu. Terdapat serangkaian konsep yang tersusun secara sistematis agar penelitian menjadi baik dilakukan dengan proses data yang telah diolah. Dengan demikian kerangka pemikiran dapat digambarkan berikut ini:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah jawaban awal atau sementara dalam rumusan masalah penelitian, yang dimana rumusan masalah disajikan dengan bentuk susunan pertanyaan (Sugiyono, 2013). Dianggap sementara karena jawaban tersebut baru berdasarkan teori, tetapi belum didasarkan pada fakta empiris yang didapat dengan melakukan pengumpulan data atau kuesioner.

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, berikut merupakan hipotesis yang peneliti gunakan dalam penelitian ini:

**1. Pengaruh Persepsi Kepercayaan (X1) Terhadap Minat (Y) Generasi Milenial Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*.**

Kepercayaan adalah ukuran keyakinan seseorang dalam mempercayai orang lain tanpa harus mengawasi dan mengontrolnya (Azizi, 2016). Dimana sebuah kepercayaan mengacu pada keyakinan pelanggan akan sebuah janji perusahaan kepada pelanggannya sehingga dapat dipercaya dan saling memberikan tindakan yang menguntungkan kedua pihak (Fajarratri, 2011).

Dalam penelitian Shanker & Datta (2018) menunjukkan bahwa suatu kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati (2020) yang menghasilkan kesimpulan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan merupakan keyakinan kepada pihak yang diberikan kepercayaan akan memenuhi seluruh kewajibannya, karena sebagian masyarakat cenderung lebih berhati-hati dengan mencari tahu apakah perusahaan bisa dipercaya atau tidak. Maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

**Ha1:** Persepsi Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*.

**2. Pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) Terhadap Minat (Y) Generasi Milenial Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*.**

Semakin dirasa mudah penggunaan suatu teknologi, maka akan semakin tinggi tingkat *self-efficacy* penggunaannya. Persepsi kemudahan juga berdampak pada peningkatan kinerja. Ini menunjukkan bahwa semakin nyaman suatu teknologi atau sistem digunakan, semakin banyak kekhawatiran pengguna yang dapat terpengaruh (Wildan, 2019).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwimastia Harlan (2014) yang menghasilkan kesimpulan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi. Begitu juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Widi Yanto, Ery Baskoro, dan Fitriani (2020) yang

menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif atau signifikan terhadap minat bertransaksi. Maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

**Ha2:** Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*.

### **3. Pengaruh Persepsi Keamanan (X3) Terhadap Minat (Y) Generasi Milenial Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*.**

Menurut Pratama (2015), keamanan adalah hal yang mutlak disediakan oleh para pelaku bisnis, baik produk, layanan maupun keduanya, keamanan memberikan kenyamanan pada pengguna (konsumen) dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Keamanan merupakan sebuah kunci kepercayaan pelanggan terhadap teknologi yang digunakan saat bertransaksi (Putri et al., 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yanto et al., (2020) yang menunjukkan bahwa keamanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pemakaian *financial technology* pada aplikasi Ovo. Dengan alasan, karena keamanan aplikasi ovo yang dirasakan konsumen dapat menunjang aktivitas sehari-hari saat bertransaksi maka perasaan aman dan nyaman dirasakan oleh konsumen.

Dari teori dan penelitian terdahulu di atas dapat diambil kesimpulan bahwa keamanan merupakan kunci utama dari transaksi online dimana keamanan mencakup perlindungan mengenai privasi dan penipuan yang melibatkan masalah informasi keuangan maupun non-keuangan (Wildan, 2019). Maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

**Ha3:** Persepsi Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*.

### **4. Pengaruh Religiusitas (X4) Terhadap Minat (Y) Generasi Milenial Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*.**

Menurut Crow dan Crow (1973) dalam Shaleh dan Wahab (2004:263), salah satu alasan adanya minat adalah faktor emosional. Dengan kata lain, minat berkaitan erat dengan emosi. Dengan mengikuti kegiatan, dapat merasakan kegembiraan dan meningkatkan minat seseorang terhadap

tersebut. Hal tersebut sama halnya dengan penelitian Soesanto dkk. (2013) bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel religiusitas terhadap minat.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rohmatun dan Citra Kusuma Dewi (2017), serta Putra (2018) bahwa religiusitas terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk dan hasil ketiganya memaparkan kesimpulan bahwa religiusitas mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Awwal dan Rini (2019) yang menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi dalam pelayanan dan religiusitas mempengaruhi sikap dan minat masyarakat dalam penggunaan transaksi pembayaran non tunai. Maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

**Ha4:** Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*.

**5. Pengaruh Persepsi Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), Keamanan (X3), Dan Religiusitas (X4) Terhadap Minat (Y) Generasi Milenial Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*.**

Pengukuran pengaruh suatu variabel secara simultan digunakan untuk mengetahui variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat secara bersamaan. Dalam penelitian ini variabel bebas yaitu persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan religiusitas sedangkan variabel dependen yaitu minat menggunakan. Berdasarkan penelitian sebelumnya dan teori-teori di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan dan religiusitas memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan.

Artinya, jika nilai yang dirasakan dari variabel persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan religiusitas meningkat ataupun menurun, hal ini akan mempengaruhi besarnya perubahan nilai minat menggunakan. Maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

**Has:** Persepsi Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan dan Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu sebuah metode untuk mendapatkan pengetahuan atau masalah bila data berupa rangkaian ataupun kumpulan angka dari yang telah dikumpulkan peneliti. Dengan pendekatan kuantitatif, peneliti menyelidiki masalah di lapangan dan menganalisis data melalui perhitungan statistik.

Penelitian kuantitatif juga membantu untuk menentukan sebuah desain penelitian. Penelitian ini juga mempunyai tujuan yang penting mengenai pengukuran, yang dimana pengukuran ini menjadi pusat penelitian. Hal ini karena hasil pengukuran dapat membantu untuk melihat adanya hubungan antara pengamatan empiris dengan hasil dari data-data. Dan juga memiliki tujuan untuk membantu menemukan hubungan antara variabel yang ada dalam sebuah populasi.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian sendiri sesuai dengan studi kasus yang tertera dalam judul yaitu di wilayah Indramayu dengan target responden mengacu kepada generasi milenial yang belum, sedang atau pernah menggunakan layanan *financial technology (FINTECH)*. Sehingga tempat dalam penelitian ini yaitu melalui google form maupun sebaran kuesioner secara langsung kepada masyarakat yang sedang berada di daerah Indramayu dengan kriteria seperti diatas. Waktu dalam penelitian ini yang digunakan oleh peneliti yaitu dari pengujian sampai terlaksananya laporan penelitian yakni pada bulan Mei – Juni tahun 2022.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan suatu wilayah yang telah di generalisasi terdiri dari objek atau subjek yang memiliki ciri tertentu yang ditentukan oleh peneliti dalam mempelajari dan menarik kesimpulan darinya (Sugiyono, 2018). Populasi biasanya dalam penelitian dipakai buat menyebut sekumpulan objek yang

digunakan sebagai tujuan penelitian. Sedangkan populasi dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu generasi milenial atau dengan kata lain masyarakat yang lahir pada tahun 1980-2000 yang berada di Indramayu dan khususnya yang beragama Islam dengan ketentuan belum, sedang atau pernah bertransaksi dengan aplikasi *financial technology*.

## 2. Sampel

Sampel termasuk dalam bagian dari suatu populasi (Sugiyono, 2013). Metode yang digunakan peneliti yaitu *nonprobability sampling*, dan karena dalam penelitian ini peneliti tidak melakukan generalisasi, maka teknik *purposive sampling* yang peneliti pilih dengan maksud pengambilan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018):

1. Masyarakat khususnya generasi milenial yang kelahiran pada tahun 1981-2000
2. Beragama Islam
3. Sedang berada di daerah Indramayu
4. Yang belum pernah menggunakan, sedang menggunakan, atau pernah menggunakan aplikasi *fintech*.

Dalam penelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui pasti dikarenakan belum ada data resmi dari pemerintah setempat terkait jumlah populasi yang akan peneliti gunakan. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan rumus berikut (Ferdinand, 2006) :  $N = (25 \times \text{Jumlah variabel Independen})$  dimana dalam penelitian ini memiliki 4 variabel independen, maka diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti yaitu sebanyak 100 responden, dengan ketentuan seperti diatas.

Hal ini merujuk pada pendapat dari Gay dan Diehl (dalam Nina Herlina, 2009:58) yang menyatakan bahwa besarnya sampel minimum untuk sebuah penelitian adalah 100 responden, karena jumlah minimum tersebut sudah memenuhi uji distribusi Z sehingga data akan mendekati sempurna atau batas sampel minimum. Rumus ini digunakan karena populasi dari generasi milenial di kecamatan Indramayu belum ada data terbaru setelah 3 tahun terakhir dan karena setiap tahun populasinya pun selalu berubah-ubah oleh sebab itu peneliti menggunakan rumus sampel tersebut.

#### D. Sumber Data

Pada penelitian yang akan dilakukan, sumber data yang digunakan yaitu terdiri dari dua sumber diantaranya:

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh melalui penelitian langsung kepada objek penelitian, yang nantinya data tersebut langsung diberikan kepada pengumpul data. Pengumpulan datanya sendiri dalam penelitian ini yaitu dengan metode pengumpulan data berbentuk kuesioner dengan menggunakan media Google Form dan dengan wawancara kepada responden. Kuesioner adalah sebuah metode pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dijawab oleh responden (Sugiyono, 2013).

Dalam penyusunan kuesioner ini memakai Skala *Likert*. Dengan keterangan sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Skala *Likert***

Kode	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Jenis data yang digunakan penulis dalam kuesioner tersebut ialah data interval, yang disebutkan dalam angka-angka yaitu mulai dari skala terkecil sampai yang terbesar serta terdapat jarak yang sama antara angka yang satu dengan yang lainnya (Sugiyono, 2013). Kuesioner tersebut disebar dengan melalui media internet. Peneliti berharap dengan menyebarkan kuesioner ini akan memberikan data yang relevan sesuai tujuan penelitian.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sebuah data berisikan laporan yang relevan dengan persoalan yang dihadapi. Peneliti menggunakan metode studi kepustakaan



sebagai sumber data sekunder melalui buku, jurnal, skripsi dan sumber bacaan lainnya yang sesuai pada pokok bahasan. Peneliti telah mengumpulkan literatur dari berbagai perpustakaan di dalam dan di luar kampus, serta jurnal lokal dan internasional yang akan dimasukkan ke dalam daftar pustaka.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data umumnya yang dipakai peneliti tak lain ialah kuesioner, yang merupakan serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan pembahasan tertentu yang kemudian disebarkan ke sekelompok individu dengan tujuan mendapatkan data. Informasi yang terkumpul akan lebih banyak dalam waktu yang lumayan singkat dengan menggunakan cara tersebut. Skala *likert* menjadi acuan dalam pengukuran data kuesioner yang berupa angket, skala ini mengacu pada pernyataan terkait akan sikap, pendapat dan persepsi individu atau kelompok individu mengenai kejadian sosial (Sugiyono, 2018). Penyebaran keusioner ini yaitu ditunjukkan kepada responden yang belum, sedang, ataupun pernah menggunakan *fintech*.

#### **F. Variabel dan Indikator Penelitian**

Variabel penelitian ditentukan dengan cara tertentu oleh peneliti untuk memperoleh informasi tentangnya untuk ditarik kesimpulan darinya (Sugiyono, 2013). Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas). Yang dimaksud dengan variabel terikat adalah variabel yang menjadi akibat atau dipengaruhi dengan adanya variabel independen. Kemudian variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel terikat (Sugiyono, 2013). Selanjutnya, variabel tersebut berkembang menjadi beberapa indikator yang nantinya akan dijadikan beberapa item pernyataan ataupun pertanyaan dalam kuesioner dengan menggunakan skala *Likert*.

**Tabel 3.2**  
**Variabel dan Indikator Penelitian**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Persepsi Kepercayaan (X1) Sumber: (McKnight, 2002 dalam Jennifer et al., 2014)	Kepercayaan adalah sebuah keyakinan yang dilandasi rasa yakin bahwa orang tersebut akan melaksanakan segala kewajiban sesuai dengan yang diharapkan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk dalam melakukan sesuatu.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keyakinan kualitas layanan</li> <li>• <i>Fintech</i> mampu memberikan pelayanan yang terbaik</li> <li>• mampu memenuhi kepuasan transaksi sebagai generasi milenial.</li> <li>• Bersedia memberikan informasi keuangan yang diperlukan untuk bertransaksi</li> <li>• Percaya Keamanan layanan</li> </ul>	Skala <i>Likert</i>
2	Persepsi Kemudahan (X2) Sumber: Venkatesh dan Davis (2000)	Kemudahan merupakan suatu tolak ukur seseorang dalam mempercayai bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha, mudah dipahami, simple dan mudah dalam pengoperasiannya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaksi individu dengan sistem mudah dimengerti.</li> <li>• Tidak banyak dibutuhkan usaha untuk berinteraksi dengan sistem.</li> <li>• Sistem mudah digunakan</li> <li>• Mudah dioperasikan</li> </ul>	Skala <i>Likert</i>
3	Keamanan (X3) Sumber: Arasu Raman dan Vishwanatan Annamalai (2011)	Keamanan merupakan kunci utama dari kepercayaan konsumen terhadap teknologi yang mereka gunakan dalam melakukan transaksi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keamanan pembayaran</li> <li>• Proses transaksi diberikan jaminan keamanan</li> <li>• Merasa aman dengan kerahasiaan data pengguna</li> </ul>	Skala <i>Likert</i>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa aman dengan adanya perlindungan terkait penggunaan <i>fintech</i>.</li> </ul>	
4	<p>Religiusitas (X4) Sumber: Mansoer (2008) dalam Sarah (2021)</p>	<p>Religiusitas merupakan sebuah tolak ukur sejauh mana seseorang konsisten dalam sifat dan perilakunya sesuai agamanya, sehingga religiusitas seseorang pada tingkatan yang berbeda-beda sesuai keimanannya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengetahuan keimanan dan ibadah,</li> <li>• Pengetahuan akan hukum yang dilarang agama dalam bertransaksi,</li> <li>• Perilaku seseorang terhadap orang lain,</li> <li>• Keyakinan dalam keuangan syariah,</li> <li>• sikap dan perilaku sesuai syariat islam.</li> </ul>	Skala <i>Likert</i>
5	<p>Minat Bertransaksi (Y) Sumber: Ferdinand (2014)</p>	<p>Minat diartikan sebagai salah satu aspek psikologis yang berdampak besar pada perilaku. Minat juga merupakan sumber motivasi untuk membimbing orang melakukan apa yang mereka lakukan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berminat untuk menggunakan</li> <li>• Penggunaan. Berlanjut</li> <li>• Mencari tahu tentang sistem <i>fintech</i> melalui internet</li> <li>• Mereferensikan <i>fintech</i> kepada teman.</li> <li>• Mereferensikan <i>fintech</i> kepada keluarga.</li> <li>• Minat bertransaksi menggunakan <i>fintech</i> dalam jangka panjang.</li> </ul>	Skala <i>Likert</i>

### G. Uji Instrumen Penelitian

Kuesioner penelitian perlu dilakukan uji coba terlebih dahulu untuk melihat apakah instrument yang telah disusun tepat atau sudah baik. Arikunto mengatakan bahwa “baik buruknya instrumen akan berpengaruh terhadap benar tidaknya data yang diperoleh, benar tidaknya data sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian”. Sebelum dibagikan, Kuesioner ini akan diujikan kepada 15 orang responden terlebih dahulu, agar dapat mengetahui kelayakan kuesioner tersebut. Instrumen uji coba dalam penelitian ini yaitu:

#### 1. Uji Validitas

Validitas mencirikan sejauh mana suatu prosedur mampu mengukur yang semestinya diukur, biasanya istilah validitas digunakan untuk mengukur kevalidan suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila dapat menjelaskan yang yang sedang diukur. Uji validitas dipakai dalam mengkorelasi setiap nilai respon dari responden dengan membandingkan nilai koefisien korelasi dengan nilai kritis pada taraf signifikansi 5% dan 1%, apabila nilai sig. (2-Tailed) > 0,05 maka data tersebut dapat dikatakan valid. Atau dengan melihat nilai *pearson correlation*, yaitu data dikatakan valid apabila nilai  $r_{tabel} < r_{hitung}$ , begitupun sebaliknya.

#### 2. Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas mengacu pada sejauh mana skala menghasilkan hasil yang konsisten, jika pengukuran diulang beberapa kali. Dikatakan dapat reliabel apabila tanggapan seseorang selalu konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menentukan apakah reliabel, batas nilai alpha yaitu 0,6. Jika kurang dari 0,6 dianggap tidak baik, jika 0,7 dapat diterima dan 0,8 dianggap baik. Atau suatu pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka tidak reliabel.

### H. Analisis Data Penelitian

Dari penjelasan terkait permasalahan pada bab sebelumnya maka penelitian kuantitatif ini diperlukan pengujian untuk mengetahui adakah pengaruhnya, sehingga penelitian ini menggunakan teknis analisis sebagai berikut:

## 1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan agar data yang dikumpulkan dari jawaban responden dapat dilakukan pengujian terlebih dahulu agar asumsi-asumsi terpenuhi, Adapun pengujian yang dilakukan sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas Data

Dalam statistik, uji normalitas digunakan untuk melihat apakah sekumpulan data berdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal sendiri dikenal juga sebagai distribusi Gaussian, adalah distribusi probabilitas yang simetris terhadap *mean*, menunjukkan bahwa data yang dekat dengan *mean* lebih sering terjadi ketimbang yang jauh dari *mean*. *One Sample Kolmogorov Smirnov* adalah metode yang peneliti gunakan untuk uji ini, yang dimana apabila nilai  $\text{sig.} > 0,05$  maka nilai residualnya berdistribusi normal. Jika suatu variabel gagal dalam uji normalitas atau dikatakan tidak normal kemungkinan dikarenakan terdapat nilai ekstrem pada data tersebut. Nilai tersebut biasanya terjadi ketika pengambilan sampel, atau kesalahan ketika menginput data.

### b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas dapat menyebabkan hasil yang menyimpang atau dapat menyesatkan peneliti dalam mencoba menguji seberapa baik setiap variabel bebas dalam memprediksi atau memahami variabel terikat dalam statistik. Secara singkatnya, Multikolinieritas diartikan sebagai fenomena statistik dalam analisis regresi linier berganda yang dimana terdapat korelasi satu dengan yang lainnya pada dua atau lebih variabel independen. Nilai TOL (*tolerance*) dan *variance inflation factor* (VIF) dapat dilihat dalam menentukan apakah terjadi multikolinieritas atau tidak. Disimpulkan apabila nilai *tolerance*  $> 0,10$  atau nilai VIF  $< 10$ , dalam hal ini tidak terdapat masalah multikolinieritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam statistik, Heteroskedastisitas terjadi ketika standar deviasi dari variabel yang diprediksi, dipantau pada nilai yang berbeda dari variabel bebas atau yang terkait dengan periode waktu sebelumnya, tidak konstan. Jika varian ini memiliki nilai yang sama atau konstan kebalikan dari

heteroskedastisitas yaitu disebut dengan homoskedastisitas. Homoskedastisitas inilah yang diharapkan oleh peneliti dalam model regresi ini. Ini menguji apakah variasi kesalahan dari regresi tergantung pada nilai-nilai variabel independen. Dalam data yang menggunakan *cross-section* sering terjadi masalah heteroskedastisitas ini. Peneliti memilih menggunakan metode uji glejser, yaitu apabila nilai alpha (0,05) atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

### I. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah teknik analisis yang digunakan peneliti, yang dimana teknik ini dipakai dalam menentukan keterkaitan dari variabel terikat yang dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas, dengan maksud untuk mengetahui apakah ada atau tidak hubungan fungsional antara dua variabel independen (X) atau lebih dengan variabel dependen (Y). Adapun bentuk persamaan umumnya adalah:

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

Keterangan:

Y :Minat bertransaksi menggunakan *financial technology (fintech)*

A :Konstanta

X1:Persepsi Kepercayaan

X2:Persepsi Kemudahan

X3:Risiko Keamanan

X4:Religiusitas

$\beta, \beta_2, \beta_3, \beta_4$  :Koefisien Regresi

e :Standar eror

### J. Pengujian Hipotesis

#### 1. Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk melihat apakah variabel bebas memiliki pengaruh kepada variabel terikat secara parsial. Uji t ini dilakukan dengan sebesar 95% tingkat keyakinan dan juga beberapa ketentuan berikut:

a) Dengan melihat nilai probabilitas signifikansi:

- 1) Diterimanya  $H_0$  dan ditolaknya  $H_a$  ini berlaku apabila nilai sig. > 0,05.

- 2) Ditolaknya  $H_0$  dan diterimanya  $H_a$  ini berlaku apabila nilai  $\text{sig.} < 0,05$ .
  - b) Dengan melihat nilai  $t_{\text{hitung}}$  dengan  $t_{\text{tabel}}$ :
    - 1) Ditolaknya  $H_0$  dan diterimanya  $H_a$  ini berlaku apabila  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ .
    - 2) Diterimanya  $H_0$  dan ditolaknya  $H_a$  ini berlaku apabila  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ .
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F dipakai untuk melihat apakah seluruh variabel bebas berpengaruh kepada variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan sebesar 95% tingkat keyakinan dan juga beberapa ketentuan berikut:

- a) Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:
    - 1) Diterimanya  $H_0$  dan ditolaknya  $H_a$  ini berlaku apabila nilai  $\text{sig.} > 0,05$ .
    - 2) Ditolaknya  $H_0$  dan diterimanya  $H_a$  ini berlaku apabila nilai  $\text{sig.} < 0,05$ .
  - b) Dengan melihat nilai  $F_{\text{hitung}}$  dengan  $F_{\text{tabel}}$ :
    - 1) Ditolaknya  $H_0$  dan diterimanya  $H_a$  ini berlaku apabila  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ .
    - 2) Diterimanya  $H_0$  dan ditolaknya  $H_a$  ini berlaku apabila  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ .
3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dipakai dalam mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Terbatasnya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi dari variabel terikat ditandai dengan nilai  $R^2$  yang kecil. Nilai  $R$  dikatakan baik jika di atas 0,5. Jika nilai  $R^2$  mendekati satu bermakna bahwa variabel independen dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi dari variabel dependen.

## BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1. Generasi Milenial

Istilah milenial pertama kali dicetuskan oleh William Strauss dan Neil dalam bukunya yang berjudul *Millennials Rising: The Next Great Generation* (2000). Mereka menciptakan istilah ini tahun 1987, yaitu pada saat anak-anak yang lahir pada tahun 1982 masuk pra-sekolah. Saat itu media mulai menyebut sebagai kelompok yang terhubung ke milenium baru di saat lulus SMA di tahun 2000. Pendapat lain menurut Elwood Carlson dalam bukunya yang berjudul *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom* (2008), generasi milenial adalah mereka yang lahir dalam rentang tahun 1983 sampai dengan 2001. Jika didasarkan pada *Generation Theory* yang dicetuskan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000. Generasi milenial juga disebut sebagai generasi Y. Istilah ini mulai dikenal dan dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993 (Indah Budiati, SST et al., 2018).

Putra (2016) dalam kajiannya tentang teori perbedaan generasi menyajikan pengelompokan generasi (salah satunya adalah generasi milenial) dari beberapa pendapat peneliti yang berasal dari berbagai negara. Penyebutan istilah generasi milenial juga berbeda antar peneliti. Tapscott (1998) menyebut generasi milenial dengan istilah *Digital Generation* yang lahir antara tahun 1976- 2000. Kemudian Zemke et al (2000) menyebut generasi milenial dengan istilah Nexters yang lahir tahun 1980-1999. Oblinger (2005) menyebut generasi milenial dengan istilah Generasi Y/Net Gen, lahir antara 1981- 1995. Terakhir Howe dan Strauss, Lancaster dan Stillman (2002), serta Martin dan Tulgan (2002) menyebut dengan istilah Generasi Milenial/Generasi Y/Milenial yang dikenal sampai sekarang, meskipun rentang tahun kelahirannya masing-masing berbeda.

Dibandingkan generasi sebelumnya, generasi milenial memiliki karakter unik berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi. Salah satu ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban



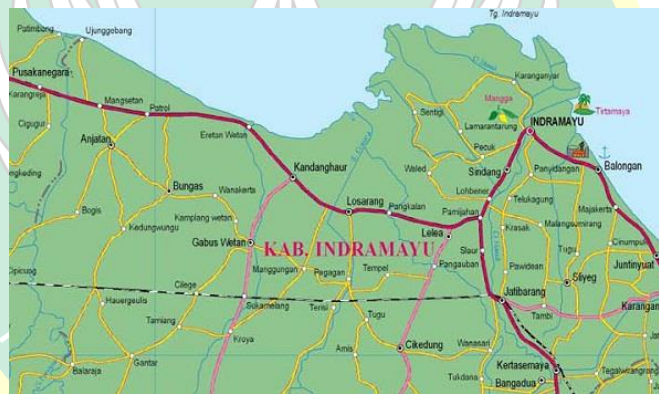
dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Karena dibesarkan oleh kemajuan teknologi, generasi milenial memiliki ciri-ciri kreatif, informatif, mempunyai passion dan produktif. Dibandingkan generasi sebelumnya, mereka lebih berteman baik dengan teknologi. Generasi ini merupakan generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan. Bukti nyata yang dapat diamati adalah hampir seluruh individu dalam generasi tersebut memilih menggunakan ponsel pintar. Dengan menggunakan perangkat tersebut para millennials dapat menjadi individu yang lebih produktif dan efisien. Dari perangkat tersebut mereka mampu melakukan apapun dari sekadar berkiriman pesan singkat, mengakses situs pendidikan, bertransaksi bisnis online, hingga memesan jasa transportasi online. Oleh karena itu, mereka mampu menciptakan berbagai peluang baru seiring dengan perkembangan teknologi yang kian mutakhir. Generasi ini mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, pengguna media sosial yang fanatik, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi. Sehingga, mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya (Indah Budiati, SST et al., 2018).

Menurut Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi (2017) dalam bukunya *Millennial Nusantara* menyebutkan bahwa Generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1981 sampai dengan tahun 2000 yang pada saat ini berusia sekitar 19-38 tahun. Dalam penggunaan *fintech* generasi milenial menduduki posisi paling atas, dilansir oleh Iconomic (2019), generasi milenial berusia 19-34 tahun mendominasi mayoritas *customer* atau pelanggan layanan *fintech lending* di Indonesia. Data OJK mengungkapkan bahwa per September 2020 mencatat, mayoritas pemberi pinjaman untuk *fintech P2P lending* berasal dari milenial berusia 19-34 tahun yaitu 67,69% dari 530.380 pemberi pinjaman (*lender*). Sedangkan 28,09% sisanya berusia 35-54 tahun, dan selebihnya adalah kelompok umur lainnya. Adapun untuk penerima pinjaman, 69,83% dari 12,8 juta penerima pinjaman (*borrower*) adalah kalangan milenial, lalu 27,76% umur 35-54 tahun dan sisanya golongan umur dibawah 19 tahun sebesar 0,76% serta diatas 54 tahun sebesar 1,54%.

## 2. Sejarah Berdirinya Kota Indramayu

Kota Indramayu adalah sebuah kabupaten di provinsi Jawa Barat, Indonesia. Nama Indramayu berasal dari kecantikan istri Raden Arya Wiralodra yang bernama Nyi Endang Darma Ayu, yaitu salah satu pendiri Indramayu abad 1527 M. Nyi Endang Darma Ayu sebutan lama Darma Ayu lama kelamaan menjadi Dermayu dan In Darmayu, kemudian menjadi Indramayu. Kota Indramayu berdiri sejak 7 Oktober 1527 M. Dengan terdiri dari 31 kecamatan, 8 kelurahan, dan 313 desa dengan luas daerah 2.090,00 km<sup>2</sup>. Penduduk Indramayu sendiri pada tahun 2020 tercatat sebanyak 1.871.149 jiwa dengan total umat islam 99,68% dan bahasa yang digunakan masyarakat disana terdiri dari beberapa bahasa yakni bahasa Indonesia, bahasa Jawa Indramayu, dan bahasa Sunda.

**Gambar 4.1**  
**Peta Denah Kota Indramayu**



Sumber: *Pindainews.com*

Begitu pula yang membuat peneliti tertarik menggunakan kota Indramayu sebagai tempat penelitian karena selain semboyan daerah kota Indramayu ini yang berbunyi “Bermartabat (Bersih, Religius, Maju, Adil, Makmur, dan Hebat)” dimana kata religious ini sesuai dengan salah satu variabel yang peneliti pilih dalam penelitian ini. Dan kemudian kota Indramayu pun banyak sekali generasi milenial didalamnya, hal tersebut dapat terlihat dari berbagai macam sekolah maupun perguruan tinggi yang ada di kota Indramayu ini.

## B. Analisis Deskriptif

Sebelum melakukan analisa data dalam penelitian ini, akan terlebih dahulu dikemukakan gambaran karakteristik responden dan statistik deskriptif yang digunakan untuk melakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner yaitu generasi milenial kota Indramayu baik yang belum, sedang ataupun pernah menggunakan layanan *fintech*. jumlah data yang berhasil didapatkan sebanyak 100 responden. Adapun uraian gambaran umum responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Karakteristik Responden

#### a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil data yang telah diolah, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin Responden**

Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	32	32%
Perempuan	68	68%
Total	100	100%

**Sumber:** Data primer yang telah diolah, 2022

Dari hasil tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang mengisi kuesioner 32 diantaranya yaitu berjenis kelamin laki-laki dengan 32%, kemudian 68 diantaranya berjenis kelamin perempuan sebanyak 68% dari 100%. Terlihat bahwa generasi milenial di kota Indramayu dalam mengisi kuesioner penelitian ini di dominasi oleh perempuan.

#### b. Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran

Berdasarkan hasil data yang telah diolah, karakteristik responden berdasarkan tahun kelahiran sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Tahun Kelahiran Responden**

Tahun Lahir	Jumlah	Presentase (%)
1981-1985	11	11%
1986-1990	9	9%

1991-1995	15	15%
1996-2000	65	65%
Total	100	100%

**Sumber:** *Data primer yang telah diolah, 2022*

Dari hasil tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari total 100 responden 65% responden lahir pada tahun 1996-2000, kemudian 15% responden lahir pada tahun 1991-1995, disusul responden dengan tahun kelahiran 1981-1985 sebanyak 11%, dan 5% diantaranya yaitu responden dengan tahun kelahiran 1986-1990.

### c. Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil data yang telah diolah, karakteristik responden berdasarkan usia sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Kelompok Usia Responden**

Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah	Presentase (%)
20-25	65	65%
26-30	15	15%
31-35	9	9%
36-40	11	11%
Total	100	100%

**Sumber:** *Data primer yang telah diolah, 2022*

Dari hasil tabel 4.3 Menunjukkan bahwa dari 100 responden 65 diantaranya didominasi oleh generasi milenial dengan usia 20-25 tahun, dan 15 responden berusia 26-30 tahun, kemudian responden dengan usia 36-40 tahun sebanyak 11 responden, disusul dengan 9 responden yang berusia 31-35 tahun.

### d. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil data yang telah diolah, karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Pekerjaan Responden**

Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	55	55%
Pegawai Negeri Sipil	10	10%
Karyawan Swasta	12	12%
Pelaku UMKM	14	14%
Lainnya	9	9%
Total	100	100%

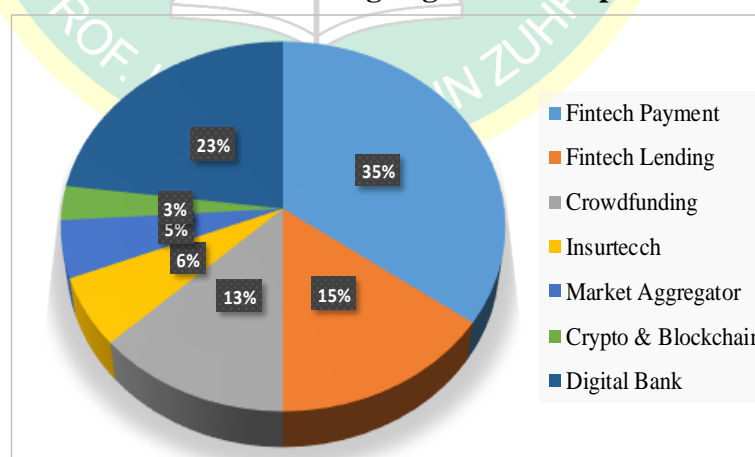
**Sumber:** *Data primer yang telah diolah, 2022*

Dari hasil tabel 4.4 menunjukkan bahwa pekerjaan responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini didominasi oleh kalangan pelajar dan mahasiswa yaitu sebanyak 55 dari 100 responden, lalu 14 responden bekerja sebagai pelaku UMKM, 12 responden seorang karyawan swasta, 10 responden merupakan PNS, dan 9 responden lainnya.

**e. Responden Berdasarkan Jenis Fintech Yang Digunakan**

Berdasarkan hasil data yang telah diolah, karakteristik responden berdasarkan jenis *fintech* yang digunakan sebagai berikut:

**Gambar 4.2**  
**Jenis Fintech Yang Digunakan Responden**



**Sumber:** *Data primer yang diolah, 2022*

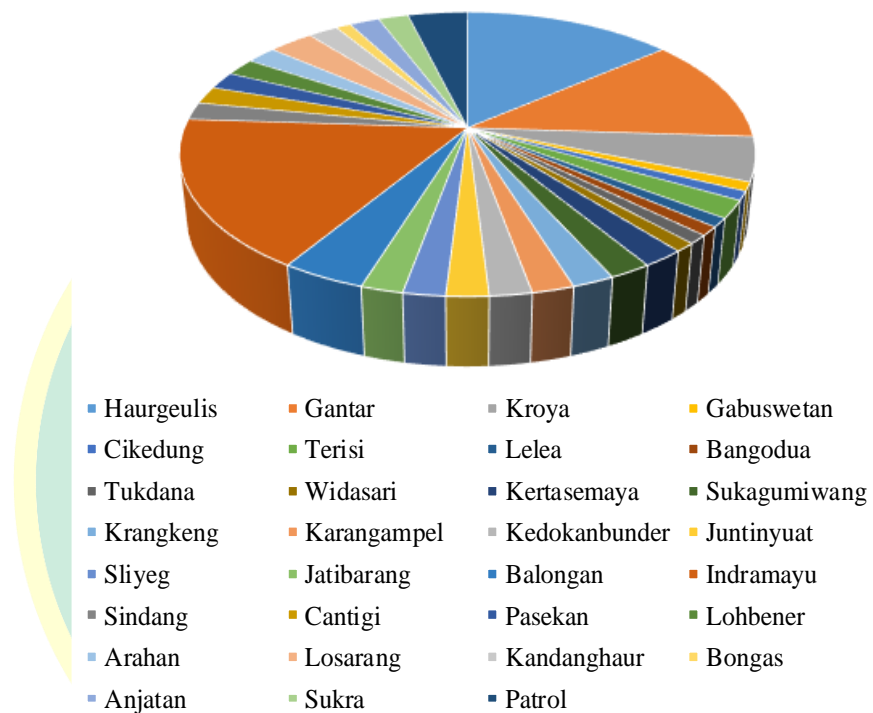
Dari gambar 4.2 menunjukkan bahwa dari 100 responden dalam penelitian ini mayoritas responden hampir sudah menggunakan seluruh jenis

*fintech* yang sudah ada saat ini, dan dalam 100 responden tersebut didominasi penggunaan *fintech payment* diantara jenis lainnya.

#### f. Responden Berdasarkan Domisili Responden

Berdasarkan hasil data yang telah diolah, karakteristik responden berdasarkan domisili sebagai berikut:

**Gambar 4.3**  
**Jumlah Responden Per Daerah Tempat Tinggal**



**Sumber:** Data primer yang diolah, 2022

Dari gambar 4.2 menunjukkan bahwa seluruh responden dalam penelitian ini berasal dari seluruh kecamatan dikota Indramayu dengan didominasi oleh masyarakat kecamatan Indramayu, Haurgeulis, dan Gantar. Dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh kecamatan dikota Indramayu ini terdapat beberapa masyarakat yang telah dan pernah menggunakan layanan *fintech* khususnya generasi milenial yang berada didaerah tersebut.

## 2. Statistik Deskriptif

### a. Persepsi Kepercayaan (X1)

Dalam penelitian ini persepsi kepercayaan (X1) diukur dengan 7 pernyataan yang disebar kepada 100 responden, berikut hasil tanggapan terhadap persepsi kepercayaan:

**Tabel 4.5**  
Distribusi Jawaban Responden Terhadap  
Variabel Persepsi Kepercayaan (X1)

Pernyataan	SS (%)	S (%)	KS (%)	TS (%)	STS (%)	Total (%)
X1_1	55	45	0	0	0	100
X1_2	50	45	5	0	0	100
X1_3	50	43	7	0	0	100
X1_4	36	54	10	0	0	100
X1_5	44	55	1	0	0	100
X1_6	27	56	17	0	0	100
X1_7	57	35	7	1	0	100

**Sumber:** Data primer yang telah diolah, 2022

Dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa tanggapan mengenai pernyataan yang disebar kepada 100 responden, mayoritas responden sangat setuju dengan anggapan bahwa mereka percaya aplikasi *fintech* mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi penggunaanya. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut mempengaruhi masyarakat terhadap minat menggunakan *fintech* lebih dominan dari indikator lainnya.

### b. Persepsi Kemudahan (X2)

Dalam penelitian ini persepsi kemudahan (X2) diukur dengan 7 pernyataan yang disebar kepada 100 responden, berikut hasil tanggapan terhadap persepsi kemudahan:

**Tabel 4.6**  
**Distribusi Jawaban Responden Terhadap**  
**Variabel Persepsi Kemudahan (X2)**

<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b> (%)	<b>S</b> (%)	<b>KS</b> (%)	<b>TS</b> (%)	<b>STS</b> (%)	<b>Total</b> (%)
X2_1	61	28	0	0	0	100
X2_2	41	51	8	0	0	100
X2_3	68	29	2	1	0	100
X2_4	30	37	28	5	0	100
X2_5	33	43	23	1	0	100
X2_6	40	55	5	0	0	100
X2_7	72	27	9	3	0	100

**Sumber:** *Data primer yang telah diolah, 2022*

Dari tabel 4.6 menunjukkan bahwa tanggapan mengenai pernyataan yang disebar kepada 100 responden, mayoritas responden sangat setuju dengan anggapan bahwa mereka merasa penggunaan aplikasi *fintech* dapat meningkatkan kecakapan teknologi penggunanya. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut mempengaruhi masyarakat terhadap minat menggunakan *fintech* lebih dominan dari indikator lainnya.

### **c. Persepsi Keamanan (X3)**

Dalam penelitian ini resiko keamanan (X3) diukur dengan 7 pernyataan yang disebar kepada 100 responden, berikut hasil tanggapan terhadap persepsi keamanan:

**Tabel 4.7**  
**Distribusi Jawaban Responden Terhadap**  
**Variabel Persepsi Keamanan (X3)**

<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b> (%)	<b>S</b> (%)	<b>KS</b> (%)	<b>TS</b> (%)	<b>STS</b> (%)	<b>Total</b> (%)
X3_1	65	26	9	0	0	100
X3_2	40	53	5	2	0	100
X3_3	47	48	5	0	0	100
X3_4	22	60	18	0	0	100



X3_5	21	51	22	6	0	100
X3_6	26	50	23	1	0	100
X3_7	12	53	32	1	2	100

**Sumber:** Data primer yang telah diolah, 2022

Dari tabel 4.7 menunjukkan bahwa tanggapan mengenai pernyataan yang disebar kepada 100 responden, mayoritas responden sangat setuju dengan anggapan bahwa mereka merasa bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech* sangat beresiko, tetapi cukup aman karena ada regulator *fintech*. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut mempengaruhi masyarakat terhadap minat menggunakan *fintech* lebih dominan dari indikator lainnya.

#### d. Religiusitas (X4)

Dalam penelitian ini religiusitas (X4) diukur dengan 7 pernyataan yang disebar kepada 100 responden, berikut hasil tanggapan terhadap religiusitas:

**Tabel 4.8**  
**Distribusi Jawaban Responden Terhadap**  
**Variabel Religiusitas (X4)**

Pernyataan	SS (%)	S (%)	KS (%)	TS (%)	STS (%)	Total (%)
X4_1	8	58	30	3	1	100
X4_2	8	52	38	2	0	100
X4_3	10	46	40	4	0	100
X4_4	8	64	28	0	0	100
X4_5	17	75	8	0	0	100
X4_6	3	39	40	16	2	100
X4_7	7	57	33	3	0	100

**Sumber:** Data primer yang telah diolah, 2022

Dari tabel 4.8 menunjukkan bahwa tanggapan mengenai pernyataan yang disebar kepada 100 responden, mayoritas responden sangat setuju dengan anggapan bahwa mereka berusaha mematuhi serta menjalankan norma-norma agama saat menggunakan aplikasi *fintech*. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut mempengaruhi masyarakat terhadap minat menggunakan *fintech* lebih dominan dari indikator lainnya.

#### e. Minat (Y)

Dalam penelitian ini minat (Y) diukur dengan 7 pernyataan yang disebar kepada 100 responden, berikut hasil tanggapan terhadap minat:

**Tabel 4.9**  
**Distribusi Jawaban Responden Terhadap**  
**Variabel Minat (Y)**

Pernyataan	SS (%)	S (%)	KS (%)	TS (%)	STS (%)	Total (%)
Y.1	63	37	0	0	0	100
Y.2	61	36	3	0	0	100
Y.3	43	52	5	0	0	100
Y.4	41	58	1	0	0	100
Y.5	23	65	12	0	0	100
Y.6	33	57	10	0	0	100
Y.7	17	59	22	1	1	100
Y.8	36	60	4	0	0	100
Y.9	47	50	3	0	0	100

**Sumber:** *Data primer yang telah diolah, 2022*

Dari tabel 4.9 menunjukkan bahwa tanggapan mengenai pernyataan yang disebar kepada 100 responden, mayoritas responden sangat setuju dengan anggapan bahwa mereka tertarik menggunakan fintech karena fitur yang ditawarkan lengkap dan menarik. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut mempengaruhi masyarakat terhadap minat menggunakan *fintech* lebih dominan dari indikator lainnya.

### C. Uji Kualitas Data

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian pada suatu data yang diperoleh guna mengetahui terkait alat ukur yang digunakan valid atau tidak, dimana dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan yaitu berbentuk pernyataan yang tertuang dalam kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila dapat menjelaskan yang sedang diukur. Kuesioner dikatakan valid apabila dapat menjelaskan yang sedang diukur.

Uji validitas dipakai dalam mengkorelasi setiap nilai respon dari responden dengan membandingkan nilai koefisien korelasi dengan nilai kritis pada taraf signifikansi 5% dan 1%, apabila nilai sig. (2-Tailed) > 0,05 maka data tersebut dapat dikatakan valid. Atau dengan melihat nilai *pearson corelation*, yaitu data dikatakan valid apabila nilai  $r_{tabel} < r_{hitung}$ , begitupun sebaliknya. Kemudian penentuan nilai  $r_{tabel}$  ditentukan dengan cara melihat jumlah responden yang kemudian dapat ditentukan nilai df. Responden pada uji ini sebanyak 60 orang, maka untuk menentukan nilai df yaitu  $60-2$  atau nilai df nya sebesar 58 dengan taraf signifikansi yang digunakan adalah 5% maka nilai  $r_{tabel}$  yang didapat adalah 0,2542. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka kuesioner tersebut dapat dikatan valid.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas**

Pernyataan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
<b>Persepsi Kepercayaan (X1)</b>			
X1_1	0,685	0,2542	Valid
X1_2	0,791	0,2542	Valid
X1_3	0,703	0,2542	Valid
X1_4	0,780	0,2542	Valid
X1_5	0,802	0,2542	Valid
X1_6	0,779	0,2542	Valid
X1_7	0,640	0,2542	Valid
<b>Persepsi Kemudahan (X2)</b>			
X2_1	0,581	0,2542	Valid
X2_2	0,729	0,2542	Valid
X2_3	0,683	0,2542	Valid
X2_4	0,655	0,2542	Valid
X2_5	0,711	0,2542	Valid
X2_6	0,734	0,2542	Valid
X2_7	0,489	0,2542	Valid

<b>Persepsi Keamanan (X3)</b>			
X3_1	0,740	0,2542	Valid
X3_2	0,862	0,2542	Valid
X3_3	0,837	0,2542	Valid
X3_4	0,858	0,2542	Valid
X3_5	0,862	0,2542	Valid
X3_6	0,837	0,2542	Valid
X3_7	0,858	0,2542	Valid
<b>Religiusitas (X4)</b>			
X4_1	0,556	0,2542	Valid
X4_2	0,590	0,2542	Valid
X4_3	0,633	0,2542	Valid
X4_4	0,645	0,2542	Valid
X4_5	0,620	0,2542	Valid
X4_6	0,584	0,2542	Valid
X4_7	0,477	0,2542	Valid
<b>Minat (Y)</b>			
Y.1	0,648	0,2542	Valid
Y.2	0,630	0,2542	Valid
Y.3	0,623	0,2542	Valid
Y.4	0,865	0,2542	Valid
Y.5	0,831	0,2542	Valid
Y.6	0,806	0,2542	Valid
Y.7	0,575	0,2542	Valid
Y.8	0,637	0,2542	Valid
Y.9	0,664	0,2542	Valid

**Sumber:** Data diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 hasil dari uji validitas diatas, menyatakan bahwa dari item pernyataan yang diberikan kepada 60 responden bahwa semua butir

pernyataan pada variabel persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, religiusitas dan minat memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar daripada nilai 0,2542  $r_{tabel}$ . Maka disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dari instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* berada diatas 0,6. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari variabel persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, religiusitas dan minat yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Persepsi Kepercayaan (X1)	0,909	7	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	0,868	7	Reliabel
Persepsi Keamanan (X3)	0,952	7	Reliabel
Religiusitas (X4)	0,829	7	Reliabel
Minat (Y)	0,910	9	Reliabel

**Sumber:** Data diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan hasil tabel 4.11 menunjukkan nilai *cronbach's alpha* atas variabel persepsi kepercayaan sebesar 0,909, persepsi kemudahan sebesar 0,868, persepsi keamanan sebesar 0,952, religiusitas sebesar 0,829, dan minat sebesar 0,910. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,6.

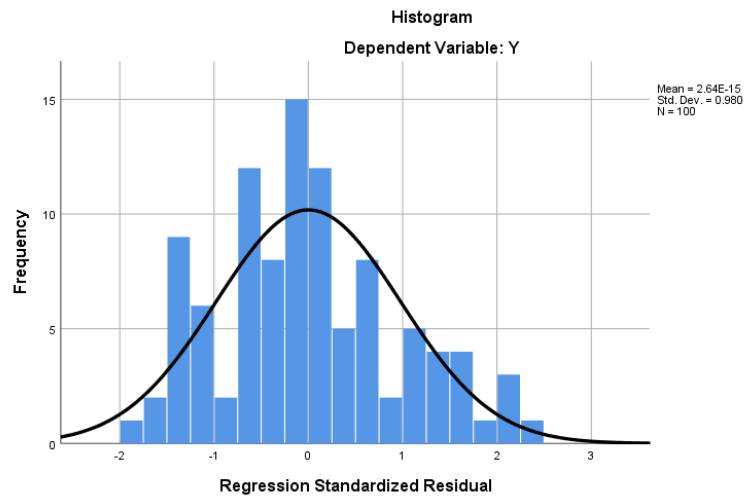
## D. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Terdapat dua cara dalam uji normalitas untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji normalitas dengan analisis grafik dan statistik

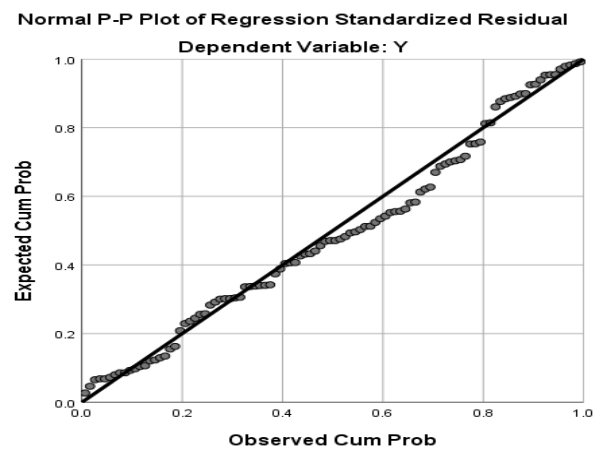
dengan menggunakan pengolahan SPSS 26 yang menghasilkan sebagai berikut:

**Gambar 4.4**  
**Hasil Uji Normalitas Histogram**



Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

**Gambar 4.5**  
**Hasil Uji Normalitas P=P Plot**



Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.76697141
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.052
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 <sup>c</sup>

**Sumber:** Data diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan pada gambar 4.4 terlihat bahwa titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah dengan garis diagonal menandakan bahwa model asumsi regresi memenuhi asumsi normalitas. Kemudian pada tabel 4.12 yaitu uji normalitas dengan metode *Kolmogrov-Smirnov* memperoleh hasil  $0,067 > 0,05$ . Berdasarkan pada pernyataan tersebut bahwa data tersebut berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas yang dibuktikan dengan hasil output pengujian jawaban responden terhadap kuesioner yang disebarkan.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji sebuah model regresi, apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dalam mendeteksi hal tersebut dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Untuk menunjukkan tingkat multikolinearitas adalah nilai toleransinya  $\leq 0,10$  atau sama dengan  $VIF \geq 10$ . Jika nilai toleransinya  $\leq 0,10$  atau sama dengan  $VIF \geq 10$ , maka antar variabel terjadi multikolinearitas dan tidak terjadi multikolinearitas apabila sebaliknya (Ghozali, 2016:103).

Berikut adalah hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan pengolahan SPSS 26.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.946	1.057
	X2	.956	1.046
	X3	.919	1.088
	X4	.946	1.057

**Sumber:** Data diolah SPSS 26, 2022

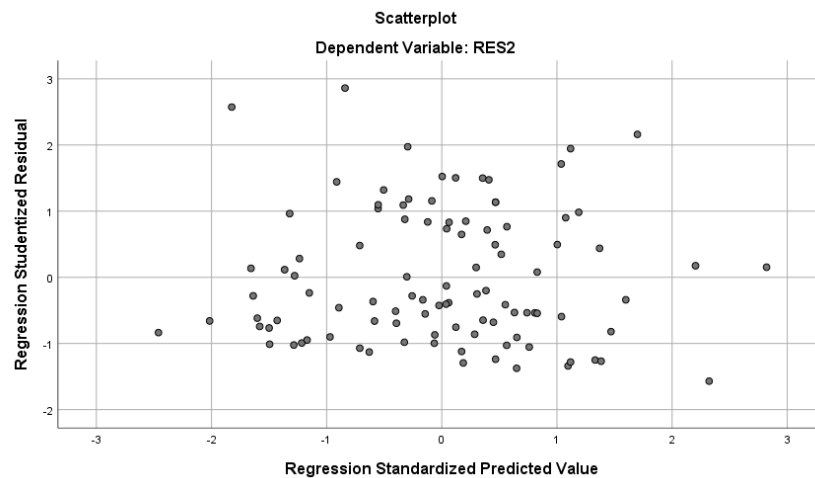
Dari hasil tabel 4.13 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai VIF < 10, yaitu 1,057 untuk variabel persepsi kepercayaan, 1,046 untuk variabel persepsi kemudahan, kemudian 1,088 untuk variabel persepsi keamanan, dan 1,057 untuk variabel religiusitas. Nilai *tolerance* sendiri pada penelitian ini lebih besar dari 0,10 yaitu 0,946 untuk variabel persepsi kepercayaan, 0,956 untuk persepsi kemudahan, 0,919 untuk persepsi keamanan, dan 0,946 untuk variabel religiusitas. Maka hasil dari uji multikolinieritas ini menyatakan bahwa model regresi linier berganda tidak terdapat multikolinieritas antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016). Adapun uji yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas ini ialah melalui pengujian scatter plot atau grafik sebar dan Uji Glejser, yaitu sebagai berikut:



**Gambar 4.6**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



**Sumber:** Data diolah SPSS 26, 2022

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glejser**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.339	3.280		-.408	.684
X1	.061	.060	.107	1.026	.308
X2	-.026	.060	-.044	-.429	.669
X3	.012	.067	.019	.175	.861
X4	.081	.077	.110	1.057	.293

**Sumber:** Data yang diolah SPSS, 2022

Seperti pada gambar 4.5 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara bebas tanpa membentuk suatu pola, hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini. Hal tersebut juga didukung dengan hasil pada tabel 4.14 yang menunjukkan bahwa nilai sig. > 0,05 sehingga dapat disimpulkan pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut homoskedastisitas.

### E. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linear berganda untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis regresi linear berganda digunakan sebagai alat analisis statistik karena penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel dan juga karena model regresi ini diciptakan untuk melihat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dari analisis regresi yang dilakukan, berikut output secara lengkap dalam tabel:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	28.346	5.373		5.276	.000
X1	.202	.098	.202	2.071	.041
X2	.072	.098	.071	.738	.462
X3	.285	.110	.256	2.591	.011
X4	-.242	.126	-.188	-1.927	.057

**Sumber:** Data yang diolah SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.15 dapat ditentukan rumus persamaan regresi untuk mengetahui pengaruh dari persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan religiusitas terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology* di kota Indramayu, adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 28,346 + 0,202 X_1 + 0,072 X_2 + 0,285 X_3 + -0,242 X_4 + 5,373$$

Keterangan:

Y: Minat bertransaksi menggunakan *financial technology* (*fintech*)

$\alpha$ : Konstanta

X1: Persepsi Kepercayaan

X2: Persepsi Kemudahan

X3: Keamanan

X4: Religiusitas

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ : Koefisien Regresi

e: Standar eror

Sesuai penjabaran tersebut, dapat ditarik kesimpulan secara parsial sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah 28,346 yang berarti bahwa jika terjadi perubahan terhadap variabel persepsi kepercayaan (X1), kemudahan (X2), keamanan (X3), dan religiusitas (X4) dengan nilai nol atau konstan, maka minat generasi milenial dikota Indramayu dalam penggunaan *fintech* senilai 28,346.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel persepsi kepercayaan (X1) bernilai 0,202. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel persepsi kepercayaan mengalami kenaikan 1 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka minat generasi milenial dikota Indramayu dalam penggunaan *fintech* mengalami kenaikan 0,202.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel persepsi kemudahan (X2) sebesar 0,072, hal ini mengandung arti bahwa setiap adanya peningkatan pada persepsi kemudahan sebesar 1 satuan maka akan berpengaruh pada kenaikan minat generasi milenial sebesar 0.072 dengan tetap memperhatikan bahwa variabel lain dianggap tetap.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel keamanan (X3) sebesar 0,285, hal ini mengandung arti bahwa setiap adanya peningkatan pada keamanan sebesar 1 satuan maka akan berpengaruh pada kenaikan minat generasi milenial sebesar 0,285 dengan tetap memperhatikan bahwa variabel lain dianggap tetap.
5. Nilai koefisien regresi pada variabel religiusitas (X4) sebesar -0,242, hal ini mengandung arti bahwa setiap adanya penurunan pada religiusitas sebesar 1 satuan maka akan berpengaruh pada kenaikan variabel dependen sebesar -0,242 begitupun sebaliknya.

## F. Uji Hipotesis

### 1. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t (uji parsial) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara signifikan antara masing-masing variabel independen yaitu fitur layanan, kepercayaan dan keamanan secara individual

terhadap variabel dependen yaitu minat generasi milenial menggunakan internet banking yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05. Jika probabilitas signifikan  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sedangkan jika probabilitas signifikan  $< 0,05$ ,  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, berarti bahwa suatu variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji t (Parsial)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	28.346	5.373		5.276	.000
X1	.202	.098	.202	2.071	.041
X2	.072	.098	.071	.738	.462
X3	.285	.110	.256	2.591	.011
X4	-.242	.126	-.188	-1.927	.057

Berdasarkan tabel 4.16 untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen dengan nilai tabel yaitu dihitung pada t-test, dengan  $\alpha = 0,05$ , karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari  $t_{tabel}$ , nilai  $\alpha$  dibagi 2 menjadi 0,025 dan  $df = 95$  (didapat dari rumus  $n-k-1$ , dimana  $n$  adalah jumlah data dan  $k$  adalah jumlah variabel independen). Didapat  $t_{tabel}$  adalah 1,985, sebagai berikut:

1. Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  koefisien persepsi kepercayaan (X1) adalah 2,071. Variabel persepsi kepercayaan memiliki nilai signifikansi  $0,041 < 0,05$  artinya signifikan, sedangkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,071 > 1,948$ ) maka  **$H_{a1}$  diterima**. Maka ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*.
2. Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  koefisien persepsi kemudahan adalah 0,738. Variabel persepsi kemudahan memiliki nilai

signifikansi  $0,462 > 0,05$  artinya tidak signifikan, sedangkan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,738 < 1,948$ ) maka **Ha2 ditolak**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien persepsi kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*.

3. Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  koefisien keamanan adalah 2,591. Variabel keamanan memiliki nilai signifikansi  $0,011 < 0,05$  artinya signifikan, sedangkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,591 > 1,948$ ) maka **Ha3 diterima**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien keamanan secara parsial berpengaruh terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*.
4. Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  koefisien religiusitas adalah -1,927. Variabel religiusitas memiliki nilai signifikansi  $0,057 > 0,05$  artinya tidak signifikan, sedangkan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-1,927 < 1,948$ ) maka **Ha4 ditolak**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien religiusitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*.

## 2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji ada tidaknya pengaruh dari variabel independen bersama-sama dengan variabel dependen. Uji ini juga disebut dengan istilah uji kelayakan model atau yang lebih populer disebut sebagai uji simultan model. Berikut hasil output uji simultan atau uji F pada penelitian ini:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	132.203	4	33.051	4.142	.004 <sup>b</sup>
Residual	757.957	95	7.978		
Total	890.160	99			

Dalam uji F pengambilan keputusan dapat dijadikan patokan dengan membandingkan nilai  $f_{tabel}$  dengan  $f_{hitung}$ , jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka terdapat pengaruh secara simultan dan sebaliknya jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh secara simultan. Karena dari keputusan tersebut dapat diketahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan atau tidak.

Diketahui bahwa  $f_{hitung}$  diperoleh nilai 4,142, sedangkan  $f_{tabel}$  dalam penelitian ini dimana  $df_1 = k-1$ , dan  $df_2 = n-k$ , dalam penelitian ini jumlah variabel independen 4 dan variabel dependen 1 serta jumlah sampel penelitian 100, sehingga  $df_1 = 5-1 = 4$  dan  $df_2 = 100-5 = 95$ , jadi dapat dilihat  $f_{tabel}$  pada penelitian ini 2,47. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel terikat yang dibuktikan dengan nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $4,142 > 2,47$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.04 < 0.05$ .

### 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa jauh variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.385 <sup>a</sup>	.149	.113	2.825
a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4				

Berdasarkan data pada tabel 4.18 Hasil daripada Uji  $R^2$  menyatakan bahwa besar nilai koefisien R bernilai 0,385 yang dimana hubungan dari variabel bebas dengan variabel terikat memiliki hubungan yang rendah ikatannya. Lalu, jika dilihat dari segi nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan nilai sebesar 0,113. Yang dimana nilai tersebut berarti 11,3% variabel independen yaitu persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan religiusitas mampu menjelaskan variabel dependen yaitu minat generasi milenial di Kota Indramayu. Dengan demikian 88,7% (100%

- 11,3%) lainnya minat generasi milenial di Kota Indramayu dalam penggunaan *fintech* dipengaruhi variabel lainnya. Sehingga terlihat bahwa dalam penelitian ini jika dari nilai  $R^2$  ini dikatakan rendah ikatannya.

## G. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dalam penelitian ini mengenai pengaruh persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan religiusitas terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Milenial Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*.

Kepercayaan merupakan keyakinan kepada pihak yang diberikan kepercayaan akan memenuhi seluruh kewajibannya, karena sebagian masyarakat cenderung lebih berhati-hati dengan mencari tahu apakah perusahaan bisa dipercaya atau tidak.

Berdasarkan pada hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kepercayaan pada hasil uji t sebesar  $2,071 > 1,98525$  dan dari hasil nilai signifikansi sebesar  $0,041 < 0,05$  maka **H<sub>1</sub> diterima**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial dalam penggunaan *fintech*. Dan dapat dikatakan bahwa persepsi kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial Kota Indramayu dalam menggunakan *fintech*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Priyono (2017) yang menyatakan bahwa dalam kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian, secara otomatis mengandung resiko. Dalam kondisi yang beresiko, diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan. Transaksi digital mengandung ketidakpastian dan resiko yang besar. Oleh karena itu pengguna *fintech* perlu membangun kepercayaan untuk mengurangi anggapan resiko. Pengguna yang yakin dan percaya akan layanan *fintech*, maka akan menggunakan dan menganggap *fintech* menghasilkan dampak yang positif bagi para penggunanya.

Hal tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati (2020) yang menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-wallet*. Penelitian lain oleh Romadloniyah dan Prayitno (2018) juga menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*.

## 2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Generasi Milenial Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*.

Kemudahan adalah sudut pandang bahwa setiap individu dapat memahami dan bebas bercakap-cakap dengan adanya teknologi dan dalam penggunaan teknologi ini tidak akan membuang waktu serta energi, dengan kata lain sangat meringankan suatu pekerjaan.

Berdasarkan pada hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan pada hasil uji t sebesar  $0,738 < 1,98525$  dan dari hasil nilai signifikansi sebesar  $0,462 > 0,05$  maka **H<sub>2</sub> ditolak**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat generasi milenial dalam penggunaan *fintech*.

Hal ini menunjukkan bahwa apabila persepsi kemudahan dari pengguna semakin tinggi maka tidak berarti minat menggunakan *fintech* juga akan meningkat. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Ashif Syufa'ul Qulub (2019) mengatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *e-money*. Dan penelitian Charistian Chandra (2016) bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan layanan *e-money*.

Sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis 1989 yang mengatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam minat menggunakan sistem. Persepsi kemudahan penggunaan dalam penelitian ini adalah persepsi generasi milenial Kota Indramayu dalam penggunaan layanan *fintech* yang mudah dan tidak memerlukan banyak usaha. Akan tetapi berdasarkan data dan analisis penelitian mengatakan bahwa persepsi



kemudahan tersebut dengan minat generasi milenial di Kota Indramayu terhadap penggunaan *fintech* tidak berpengaruh signifikan namun memiliki pengaruh positif dan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial di Kota Indramayu.

### 3. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Generasi Milenial Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*.

Keamanan sendiri merupakan sebuah kunci kepercayaan pelanggan terhadap teknologi yang digunakan saat bertransaksi. Berdasarkan pada hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan pada hasil uji t sebesar  $2,591 > 1,98525$  dan dari hasil nilai signifikansi sebesar  $0,011 < 0,05$  maka **H<sub>3</sub> diterima**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial dalam penggunaan *fintech*.

Keamanan menjadi perhatian besar bagi pengguna *fintech*. Sejalan dengan wawancara yang dilakukan pada beberapa responden dikatakan bahwa masyarakat milenial di Indramayu ini menganggap bahwa keamanan faktor prioritas dalam penggunaan sistem yang dilakukan secara online, dimana beberapa dari masyarakat Indramayu sendiri yang sampai saat ini belum menggunakan *fintech* beberapa diantaranya beralasan masih ragu akan resiko keamanan yang terdapat didalam layanan tersebut. Seperti halnya Nur Hanifah mengatakan bahwa “awalnya saya ragu untuk mencoba layanan *fintech* ini karena khawatir data-data pribadi saya, atau transaksi keuangan saya tidak aman. Tetapi setelah saya mencoba sebulan menggunakan salah satu aplikasi dari layanan *fintech* saya malah sudah nyaman menggunakannya sampai sekarang. Karena ternyata beberapa aplikasi sudah dalam pengawasan OJK”.

Kemudian Fajar Firmansyah dari responden yang belum menggunakan layanan *fintech* dari berbagai jenis mengatakan “alasan saya belum menggunakannya dikarenakan masih khawatir keamanan keuangan saya jika bertransaksi dalam layanan online, terlebih dari lingkungan orang-orang terdekat suka banyak kejadian penipuan kejahatan atau informasi diri

tersebar, suka tiba-tiba ada yang nagih hutang, padahal tetangga saya ga pernah berhutang dari pinjaman online.”

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan, Prasetyo, Irviana (2016) dimana persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Dan hasil penelitian Deana Olga (2021) menunjukkan bahwa keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan internet *banking*.

Dari hasil penemuan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keamanan mempengaruhi secara signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan *fintech* di kota Indramayu. Sehingga generasi milenial telah merasakan dan menilai bahwa sistem keamanan dan keamanan dalam bertransaksi menggunakan *fintech* sangat baik dan membuat generasi milenial akhirnya berminatnya. Hal tersebut terlihat bahwa dalam penelitian ini pengaruh dari persepsi keamanan ini menjadi prioritas generasi milenial di Indramayu dari variabel lainnya dalam penelitian ini. Keamanan sendiri inti dari seberapa besar faktor kunci keyakinan yang dimiliki serta menjadi perhatian generasi milenial dalam menggunakan teknologi untuk melakukan transaksi keuangan. Ketika level keamanan dapat diterima dengan harapan generasi milenial, maka generasi milenial akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan menggunakan layanan aplikasi *fintech* dengan perasaan aman.

#### **4. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Generasi Milenial Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*.**

Religiusitas adalah internalisasi nilai-nilai agama yang bersumber dalam diri seseorang. Internalisasi tersebut yaitu keyakinan terhadap ajaran agama baik dalam hati maupun perkataan. Religiusitas sering dipahami sebagai aspek yang disebut keyakinan dan dipraktikkan dengan ritual dan cenderung memiliki sikap yang baik atau bisa juga disebut dengan akhlak.

Berdasarkan pada hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel religiusitas pada hasil uji t sebesar  $-1,927 < 1,98525$  dan dari hasil nilai signifikansi sebesar  $0,057 > 0,05$  maka **H<sub>a4</sub> ditolak**. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat generasi milenial dalam penggunaan *fintech*. Maka ketika variabel religiusitas mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan mempengaruhi penurunan terhadap variabel minat generasi milenial, begitupun sebaliknya jika variabel religiusitas mengalami penurunan hal tersebut akan mempengaruhi kenaikan variabel minat terhadap penggunaan *fintech* oleh generasi milenial di Indramayu.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dawood Sulaiman Jahwari (2016) mengatakan bahwa religiusitas berpengaruh negatif pada perilaku konsumen. Dan penelitian oleh A. Azam (2016) yang mengatakan bahwa religiusitas dan norma subyektif tidak signifikan dalam mempengaruhi niat pembelian. Ada ketidakkonsistenan pengaruh Religiusitas terhadap perilaku dan niat pembelian.

Hasil wawancara kepada beberapa responden dalam penelitian ini mengatakan bahwa sebagian besar memang menggunakan *fintech* tanpa melihat layanan tersebut sudah berbasis syariah atau belum. Lilis Tri Cahyani mengatakan “saya dalam menggunakan *fintech* tidak terlalu melihat sisi halal atau haramnya, yang terpenting aman tanpa resiko berlebih dan mudah saja saya sudah berminat sekali menggunakannya”. Dan hal ungkapan tersebut pun selaras dengan ungkapan beberapa responden dalam penelitian ini.

Hal ini menandakan bahwa generasi milenial di Kota Indramayu dalam melakukan transaksi keuangan yang menggunakan layanan aplikasi *fintech* tidak memperhatikan hukum halal atau haram promosi yang ditawarkan oleh penerbit. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil rekapitulasi jawaban tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology* di Kota Indramayu.

##### **5. Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Generasi Milenial Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*.**

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan religiusitas memiliki pengaruh

signifikan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology* di kota Indramayu. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji F dimana nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $4,142 > 2,47$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,04 < 0,05$ , maka dapat ditarik kesimpulan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hasil daripada Uji  $R^2$  menyatakan bahwa besar nilai koefisien R bernilai 0,385 yang dimana hubungan dari variabel bebas dengan variabel terikat memiliki hubungan yang rendah ikatannya. Lalu, jika dilihat dari segi nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan nilai 0,113. Yang dimana nilai tersebut berarti 11,3% variabel independen yaitu persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan religiusitas mampu menjelaskan variabel dependen yaitu minat generasi milenial di Kota Indramayu. Dengan demikian 88,7% ( $100\% - 11,3\%$ ) lainnya minat generasi milenial di Kota Indramayu dalam penggunaan *fintech* dipengaruhi variabel lainnya.

Dari uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa generasi milenial di kota Indramayu menunjukkan bahwa variabel yang dominan dalam penelitian ini dalam mempengaruhi masyarakat terhadap penggunaan *fintech* yaitu keamanan dan kepercayaan. Yang dimana dari hasil wawancara dari beberapa responden disimpulkan generasi milenial di Indramayu akan lebih melihat segi keamanan suatu layanan ketimbang kemudahan serta religiusitas, dimana jika masyarakat sudah merasa layanan tersebut aman dan dapat dipercaya mereka akan menggunakannya tanpa ragu dan khawatir akan resiko ketimbang layanan tersebut mudah atau berbasis syariah akan tetapi tidak aman dan tidak dapat dipercaya. Akan tetapi secara simultan variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan bab I-IV yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan religiusitas terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*, dengan metode analisis regresi linear berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial hasil menunjukkan bahwa variabel persepsi kepercayaan memiliki nilai signifikansi  $0,041 < 0,05$  artinya signifikan, sedangkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,071 > 1,948$ ) maka **Ha1 diterima**. Maka ditarik kesimpulan bahwa variabel persepsi kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*.
2. Secara parsial hasil menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki nilai signifikansi  $0,462 > 0,05$  artinya tidak signifikan, sedangkan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,738 < 1,948$ ) maka **Ha2 ditolak**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*.
3. Secara parsial hasil menunjukkan bahwa variabel keamanan memiliki nilai signifikansi  $0,011 < 0,05$  artinya signifikan, sedangkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,591 > 1,948$ ) maka **Ha3 diterima**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi keamanan memiliki pengaruh terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*.
4. Secara parsial hasil menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki nilai signifikansi  $0,057 > 0,05$  artinya tidak signifikan, sedangkan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-1,927 < 1,948$ ) maka **Ha4 ditolak**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *financial technology*.
5. Secara simultan atau hasil dari Uji F menunjukkan bahwa dimana nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $4,142 > 2,47$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,04 < 0,05$ , maka dapat ditarik kesimpulan **Ho ditolak** dan **Ha diterima**. Dapat ditarik

kesimpulan bahwa generasi milenial di kota Indramayu menunjukkan bahwa variabel yang dominan dalam penelitian ini dalam mempengaruhi masyarakat terhadap penggunaan *fintech* yaitu keamanan dan kepercayaan.

## B. Saran

### 1. Bagi Akademis

- a. Model penelitian ini dapat digunakan kembali untuk mengetahui apakah model ini masih berlaku jika diterapkan pada studi kasus yang berbeda.
- b. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah atau mengganti faktor-faktor pengaruh lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Sehingga dapat diketahui lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam mengadopsi teknologi/produk baru.
- c. Objek penelitian ini masyarakat khususnya generasi milenial yang terdapat dalam satu wilayah, oleh karenanya penelitian selanjutnya bisa memperluas objek peneliti supaya mampu mempresentasikan masyarakat umum.

### 2. Bagi pihak yang Terkait dalam layanan *fintech*

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk merancang strategi pemasaran aplikasi *fintech* atas dasar minat penggunaan.
- b. Perlu adanya informasi lebih kepada masyarakat dalam menggunakan layanan aplikasi *fintech* tersebut, sehingga masyarakat tidak ragu dalam mengadopsinya.
- c. Pemerintah dan *stakeholder* lebih memperbanyak kerjasama dengan pihak-pihak terkait aplikasi *fintech* begitupun sebaliknya, supaya penggunaan aplikasi *fintech* ini dapat dijangkau di seluruh wilayah dan pelayanan umum.

## DAFTAR PUSTAKA

- (OJK), O. J. K. 2022. *Perusahaan Fintech Lending Berizin*. 2 Maret 2022. <https://ojk.com>
- Ahmad, & Pambudi. 2014. *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking*. *Studi Manajemen*, 8(1), 5.
- APJII. 2018. *Penetrasi & profil perilaku pengguna internet indonesia*. [apjii.or.id](http://apjii.or.id)
- Avianti, I., & Triyono. 2021. *Ekosistem Fintech Di Indonesia* (M. Akbar, S. Rinaldi, F. Nova, & W. Mumpuni (eds.); Pertama 20). PT. Kaptain Komunikasi Indonesia.
- Aviyah, E., & Farid, M. 2014. *Religiusitas, Kontrol Diri dan Kenakalan Remaja*. *Persona Jurnal Psikologi Indonesia*, 2, 127.
- Bella, Hannum Sansa. 2014. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan Dan Computer Self Efficacy Terhadap Niatan Menggunakan E-Banking Pada Mahasiswa". Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Daradjat, Z. 2007. *Ilmu Jiwa Agama*. Bulan Bintang.
- Donni, J. P. 2017. *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Alvabeta.
- Fajarratri, D. A. 2011. *Studi Mengenai Persepsi Resiko (Perceived Risk) Terhadap Minat Beli Online Studi Mengenai Persepsi Resiko (Perceived Risk) Terhadap Minat Beli Online Shopping Shopping (Kasus Pada Toko Online Www.Kaskus.Com)*. *Sains Pemasaran Indonesia*, X(3), 270–282.
- Felita, A., & Amanda, W. 2021. *Fintech Indonesia 101*. In *Digits Insight* (Vol. 3).
- Herlan, & Yono. 2016. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-filing*. *Accounting Journal*, 5(2), 164.
- Indah Budiati, SST, M. S., Dr. Yuni Susianto, S.Si, M. S., dkk. 2018. *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. [www.kemenpppa.go.id](http://www.kemenpppa.go.id)
- Istiarni, A. D. 2014. *Analisis Pengaruh Pespsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap penggunaan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi FEB UNDIP Semarang. UNDIP Semarang.
- Marisa, O. 2020. *Persepsi Kemudahan Penggunaan , Efektivitas , Dan Risiko*

*Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology*. 8(2), 139–152.

- Mascarenhas, A. B., Perpétuo, C. K., Barrote, E. B., & Perides, M. P. 2020. *The Influence of Perceptions of Risks and Benefits on the Continuity of Use of Fintech Services*. *Brazilian Business Review*, 21. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2021.18.1.1>
- Maulidiah, S. 2021. *Pengaruh Persepsi Kompatibilitas, Persepsi Manfaat, Persepsi Biaya, Religiuisitas dan Promosi terhadap Minat Konsumen dalam Menggunakan Dompot Digital*. UIN Syarif Hidayatullah.
- NDRC. (n.d.). *Financial Technology*. NDRC (National Digital Research Centre). <https://www.ndrc.ie>
- Noviyanti, A., & Erawati, T. 2021. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul)*. 4(2), 65–74.
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. 2020. *Pengaruh Pengetahuan , Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology ( Fintech ) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri ( IAIN ) Palu*. *Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2).
- Olga, D. 2021. *Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Internet Banking Pada Bank Syariah (Studi Kasus Wilayah Tangerang Selatan)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Pratama, B., & Suputra, D. 2019. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.27. 927 – 953
- Putri, D. D., Kartika, I., & Wijayanti, E. 2020. *Pendampingan Strategi Pemasaran Online Pada Umkm Terdampak Covid-19 Melalui Kegiatan Kkn Ppm*. 235–241.
- Qulub, A. 2019. *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan E-money*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bosnis Islam UIN Walisongo
- Rafie, Barratut Taqiyyah. 2017. *Generasi Milenial Melek Finansial*. <https://industri.kontan.co.id> diakses pada 25 September 2021
- Raman, A., & Viswanathan. 2011. *Web services e-shopping decisons: Astudy on malaysian e-consumer*. *IJCA special issue on wireless information networks & business information system*, (2).
- Ramdhani, Pipit Ika. 2020. *BI: Selama PSBB Transaksi Uang Elektronik Naik 64,48*



Persen. <https://www.liputan6.com> diakses pada 26 September 2021

- Rodiah, S., & Melati, I. S. 2020. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Kemanfaatan , Risiko , dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang*. 1(2), 66–80. <http://e-journal.ivet.ac.id/index.php/jeee%0APengaruh>
- Simarmata, H. M. P., Revida, E., Sari, I. K. H., Simatupang, S., Faisal, A. S. M., Tjiptadi, D. D., Anggusti, S. M., & Muliatie, Y. E. 2021. *Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas* (A. Karim & J. Simarmata (eds.); Pertama 20). Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Ke-19 Tahu). Alfabeta.
- Social, H. dan W. A. 2022. *Pengguna Internet di Indonesia per Februari 2022*. <https://www.wearesocial.com>
- Tobari. 2021. *Kemenkominfo dan OJK Gelar Webinar Fintech dan Masa Depan Milenial*. <https://infopublik.id> diakses pada 25 September 2021.
- Udo, G. J. 2011. *Privacy And Security E-Commerce: A Survey Study*. *Information Management & Computer Security*, 9(4), 165.
- Wildan, M. 2019. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Pada Mahasiswa S1 Febi Un Walisongo Semarang Angkatan 2014-2018)*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Yanto, W., Baskoro, E., & Fitriani. 2020. *Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi Ovo Sebagai Digital Payment (Study Kasus Mahasiswa Feb Universitas Muhammadiyah Metro)*. *Akutansi Aktiva*, 1(1), 96–109.
- Zavolokina, L., Dolata, M., & Schwabe, G. 2016. *The FinTech phenomenon : antecedents of financial innovation perceived by the popular press*. *Financial Innovation*, 2–16. <https://doi.org/10.1186/s40854-016-0036-7>



**Lampiran 1: Kuesioner Penelitian**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/I Responden Penelitian

Di tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa Program Strata Satu (S1) Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, saya:

Nama : Irbah Shahrifah

NIM : 1817202154

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, dan Religiusitas Terhadap Minat Generasi Milenial Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* (Studi Pada Kota Indramayu)”**. Maka untuk mendukung keberhasilan pelaksanaan penelitian ini, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk dapat mengisi kuesioner ini dengan jujur dan terbuka.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I meluangkan waktu untuk mengisi dan menjawab semua pernyataan dalam kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,  
Irbah Shahrifah

### A. Profil Responden

Untuk keperluan keabsahan data penelitian ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menceklis (√) pernyataan berikut ini:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :  Laki-laki  
 Perempuan
3. Tahun Kelahiran :  1980-1985  
 1986-1990  
 1991-1995  
 1996-2000
4. Usia :  20-25  
 26-30  
 31-35  
 36-40
5. Daerah Tempat Tinggal (Kecamatan) :
6. Pekerjaan :  Pelajar/mahasiswa  
 Pegawai Negeri Sipil  
 Karyawan Swasta  
 Pelaku UMKM  
 Lainnya
7. Apakah Saudara Pernah Menggunakan *Fintech* :  Ya  
 Tidak
8. Jenis *Fintech* Apa Saja Yang Pernah/Sedang Saudara Gunakan :  *Fintech Payment*  
 *Fintech Lending*  
 *Insurtech*  
 *Personal financial and wealth management*  
 Market Aggregator  
 Lainnya
9. Dari jenis aplikasi diatas, aplikasi apa saja yang saudara pernah atau sedang gunakan :

## B. Kuesioner

No.	Pernyataan	Pertimbangan				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>Persepsi Kepercayaan</b>						
1	Saya percaya aplikasi <i>fintech</i> mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi penggunanya.					
2	Saya percaya bertransaksi secara online melalui <i>fintech</i> aman dan dilindungi.					
3	Saya percaya bertransaksi menggunakan <i>fintech</i> mampu memenuhi kepuasan transaksi saya sebagai generasi milenial.					
4	Saya percaya aplikasi <i>fintech</i> akan memenuhi tanggung jawab kepada pelanggan.					
5	Saya bersedia apabila harus memenuhi syarat dan ketentuan dari transaksi dalam menggunakan <i>fintech</i> .					
6	Saya bersedia menerima resiko yang mungkin akan terjadi atas keputusan yang saya ambil pada penggunaan aplikasi <i>fintech</i> .					
7	Saya bersedia memberikan informasi keuangan yang diperlukan untuk bertransaksi menggunakan <i>fintech</i> .					
<b>Persepsi Kemudahan</b>						
8	Saya merasa penggunaan aplikasi <i>fintech</i> dalam bertransaksi sangatlah mudah.					

9	Menurut saya mempelajari penggunaan <i>fintech</i> adalah hal yang mudah.					
10	Penggunaan <i>fintech</i> sangat mempermudah saya dalam bertransaksi sehari-hari.					
11	Bertransaksi menggunakan <i>fintech</i> sangat mudah sehingga saya dapat melakukannya sendiri tanpa bantuan orang lain.					
12	Saya rasa pengoperasian aplikasi <i>fintech</i> sangat ringan dan mudah sehingga saya tidak merasa kesulitan saat menggunakannya.					
13	Menurut saya fitur layanan yang tersedia dalam aplikasi <i>fintech</i> mudah untuk dimengerti.					
14	Saya rasa menggunakan <i>fintech</i> dapat meningkatkan kecakapan teknologi penggunanya.					
<b>Persepsi Keamanan</b>						
15	Saya rasa bertransaksi menggunakan <i>fintech</i> sangat berisiko dalam sistem keamanan, tetapi cukup aman karena adanya regulator <i>fintech</i> .					
16	Resiko dalam hal keamanan yang ditimbulkan aplikasi <i>fintech</i> berpotensi merugikan, oleh karena itu perlu cermat dalam menggunakannya.					
17	Sistem keamanan dalam penggunaan <i>fintech</i> terkadang terjadi masalah, sehingga saya harus berhati-hati dalam menggunakannya.					
18	Saya rasa dalam menggunakan <i>fintech</i> rawan terjadi kesalahan saat transaksi sehingga					

	saya harus membaca panduan/arahan sebelum bertransaksi.					
19	Saya yakin dengan melakukan transaksi keuangan melalui <i>fintech</i> ini dilindungi.					
20	Saya merasa aman memberikan informasi pribadi yang dibutuhkan, dikarenakan <i>fintech</i> memberikan jaminan atas informasi pribadi yang saya berikan.					
21	Saya merasa <i>fintech</i> menawarkan keamanan data yang cukup tinggi.					
<b>Religiusitas</b>						
22	Saya mengetahui sebagian dari aplikasi <i>fintech</i> sudah sesuai dengan prinsip-prinsip agama.					
23	Saya mengetahui isi Al-qur'an, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan serta sebagai dasar hukum dalam bertransaksi keuangan menurut agama.					
24	Saya mengetahui hukum-hukum agama (hukum riba dan larangan lainnya).					
25	Saya mengetahui dalam melakukan transaksi pada aplikasi <i>fintech</i> harus terhindar dari hal-hal yang dilarang agama, dan sebagian aplikasi <i>fintech</i> sudah berbasis syariah.					
26	Saya berusaha mematuhi serta menjalankan norma-norma agama saat menggunakan aplikasi <i>fintech</i> .					
27	Saya suka berdonasi atau membayar zakat, infaq dan sedekah melalui <i>fintech</i> .					

28	Saya suka mengikuti kegiatan sosial dalam menjaga lingkungan					
<b>Minat</b>						
29	Saya tertarik menggunakan <i>fintech</i> karena fitur yang ditawarkan lengkap dan menarik.					
30	Saya selalu mencoba menggunakan <i>fintech</i> dikarenakan selalu ada penawaran menarik.					
31	Saya sering menggunakan <i>fintech</i> dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari.					
32	Aplikasi <i>fintech</i> sangat memudahkan transaksi yang saya lakukan, sehingga saya selalu mencoba menggunakannya.					
33	Saya akan menggunakan <i>fintech</i> sebagai alat transaksi dalam jangka panjang.					
34	Saya bersedia merekomendasikan aplikasi <i>fintech</i> kepada keluarga maupun orang lain dalam bertransaksi.					
35	Saya mencari tahu dan membaca artikel tentang <i>fintech</i> melalui internet.					
36	Saya mencari informasi seputar <i>fintech</i> kepada orang yang sedang atau telah menggunakannya.					
37	Saya tertarik menggunakan <i>fintech</i> setelah mendapat informasi dari media maupun pengalaman orang terdekat.					



**Lampiran 2: Jawaban Responden**

Resp.	Persepsi Kepercayaan (X1)							Total (X1)
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
1	4	3	4	4	4	3	4	26
2	5	4	4	4	5	3	4	29
3	5	5	5	5	5	5	4	34
4	5	5	4	5	5	5	5	34
5	4	5	4	4	4	4	4	29
6	5	5	5	5	5	5	5	35
7	4	3	4	4	4	3	4	26
8	5	5	5	5	5	5	5	35
9	5	5	5	4	4	5	5	33
10	4	4	4	4	4	4	4	28
11	5	4	5	4	4	3	3	28
12	4	4	5	4	4	4	4	29
13	4	4	4	3	4	4	4	27
14	5	5	5	5	5	5	5	35
15	4	4	3	3	4	4	4	26
16	4	4	4	4	4	4	4	28
17	5	3	5	4	5	4	3	29
18	4	4	4	4	5	4	4	29
19	5	5	4	4	5	5	5	33
20	5	4	4	4	4	4	4	29
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	4	4	4	4	4	4	4	28
23	4	4	3	3	4	4	4	26
24	4	4	5	4	4	4	4	29
25	5	5	5	5	5	5	5	35
26	5	5	5	5	5	5	5	35
27	5	5	4	4	5	5	5	33
28	4	4	4	4	4	4	4	28
29	5	5	4	5	5	4	5	33
30	4	5	4	4	4	4	4	29
31	4	5	4	4	4	4	4	29
32	5	5	4	5	5	3	4	31
33	5	5	5	5	5	5	5	35
34	4	4	4	4	5	4	4	29
35	5	4	5	4	4	4	2	28
36	4	5	5	4	4	4	3	29
37	5	5	5	5	5	4	4	33





16	4	5	5	5	4	5	5	33
17	4	4	3	3	3	4	5	26
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	5	4	5	4	4	4	5	31
21	5	4	5	4	4	4	5	31
22	4	4	5	2	3	4	4	26
23	4	4	4	3	4	4	5	28
24	4	4	4	4	4	4	4	28
25	4	4	4	3	4	5	5	29
26	5	3	5	4	4	5	5	31
27	5	5	5	4	4	5	5	33
28	5	5	5	5	5	5	5	35
29	4	4	4	4	3	5	5	29
30	4	4	4	3	3	4	4	26
31	5	4	4	4	4	4	4	29
32	5	5	5	5	5	5	5	35
33	5	5	5	3	5	5	5	33
34	5	5	5	4	4	5	5	33
35	5	3	5	3	4	4	5	29
36	5	5	4	5	4	5	5	33
37	5	5	5	5	5	5	5	35
38	5	4	2	2	5	5	5	28
39	5	4	5	4	4	4	5	31
40	4	4	3	3	4	5	5	28
41	4	4	4	4	5	3	5	29
42	4	4	4	4	4	4	5	29
43	5	5	5	5	5	4	5	34
44	5	5	5	5	4	5	5	34
45	4	4	4	4	4	4	5	29
46	5	5	5	5	5	5	5	35
47	4	3	4	3	4	4	5	27
48	5	5	5	5	5	5	5	35
49	5	4	5	4	5	5	5	33
50	5	4	5	3	3	5	3	28
51	4	3	4	4	4	4	5	28
52	5	3	5	5	4	4	3	29
53	5	5	5	5	5	5	5	35
54	5	5	5	5	5	5	5	35
55	5	4	5	3	3	4	2	26
56	4	5	5	2	5	4	3	28

57	5	4	5	3	4	3	5	29
58	4	4	5	4	4	4	4	29
59	5	5	4	5	5	4	5	33
60	5	4	5	3	3	4	5	29
61	4	3	5	3	4	4	5	28
62	4	4	5	4	3	4	4	28
63	5	4	5	5	5	4	5	33
64	4	4	5	3	3	5	5	29
65	4	4	4	4	2	3	5	26
66	5	5	5	4	4	5	5	33
67	4	3	5	3	4	4	5	28
68	5	5	5	5	5	5	5	35
69	5	5	5	5	5	5	5	35
70	5	4	5	4	5	5	5	33
71	4	4	4	4	4	4	4	28
72	5	5	5	5	5	5	5	35
73	4	4	5	3	4	4	4	28
74	5	4	5	4	4	4	5	31
75	5	5	5	5	5	5	5	35
76	4	4	4	4	3	4	5	28
77	5	5	5	4	4	5	5	33
78	5	4	5	4	5	4	4	31
79	4	4	5	3	5	4	4	29
80	4	4	4	3	3	4	4	26
81	4	4	4	4	4	4	4	28
82	5	4	5	3	3	4	4	28
83	4	4	4	3	3	4	4	26
84	4	4	5	3	4	4	5	29
85	5	5	5	5	5	5	5	35
86	5	5	5	5	5	5	5	35
87	5	5	5	4	4	5	5	33
88	5	4	4	3	3	5	4	28
89	5	5	5	5	5	5	3	33
90	4	4	4	4	4	4	3	27
91	5	5	4	3	4	4	4	29
92	5	4	5	4	4	4	5	31
93	5	5	5	5	5	5	5	35
94	5	4	5	3	3	4	5	29
95	4	4	4	4	3	4	5	28
96	5	4	5	4	3	4	4	29
97	5	4	5	5	5	4	5	33

98	5	5	5	4	4	5	5	33
99	4	4	4	4	4	4	4	28
100	5	5	4	3	4	5	5	31

Resp.	Persepsi Keamanan (X3)							Total (X3)
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	
1	5	4	5	4	4	5	3	30
2	4	4	4	3	2	3	3	23
3	4	5	4	4	5	4	4	30
4	5	5	4	4	4	4	3	29
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	5	5	5	4	3	5	2	29
7	4	3	5	4	3	5	4	28
8	5	5	5	4	3	4	3	29
9	5	5	4	4	3	3	4	28
10	5	5	5	5	5	5	4	34
11	5	5	4	3	2	3	1	23
12	5	5	4	4	2	4	3	27
13	4	4	4	4	4	4	4	28
14	5	5	5	5	3	5	3	31
15	3	4	4	3	3	3	3	23
16	3	5	5	4	4	4	3	28
17	4	2	4	4	2	4	3	23
18	4	4	4	4	3	3	1	23
19	4	4	5	5	3	5	5	31
20	5	4	5	4	4	5	4	31
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	5	4	5	4	3	3	3	27
23	3	5	4	3	4	4	4	27
24	5	4	5	4	5	4	4	31
25	3	4	4	4	4	4	4	27
26	5	5	3	4	5	3	4	29
27	3	4	3	4	4	5	4	27
28	4	5	4	3	3	4	4	27
29	5	5	5	4	5	5	5	34
30	5	5	5	4	4	3	5	31
31	4	4	5	3	2	2	3	23
32	3	5	5	3	5	5	5	31
33	5	3	4	4	3	4	4	27
34	4	4	5	4	4	4	4	29

35	4	5	4	4	3	4	4	28
36	5	4	5	4	4	4	5	31
37	4	4	4	4	4	3	4	27
38	5	4	5	5	4	3	3	29
39	5	5	4	4	4	3	3	28
40	5	4	3	4	5	3	3	27
41	5	5	4	5	5	4	3	31
42	5	4	4	4	4	3	3	27
43	5	4	5	4	4	5	4	31
44	3	4	5	3	4	5	3	27
45	5	5	5	5	5	5	4	34
46	5	5	5	5	5	4	5	34
47	5	4	5	3	5	4	3	29
48	5	4	5	5	5	5	5	34
49	5	3	5	4	4	4	3	28
50	5	2	5	4	2	5	4	27
51	4	4	3	3	3	3	3	23
52	3	3	5	5	3	5	5	29
53	3	4	4	5	4	4	5	29
54	5	4	5	4	4	5	4	31
55	5	5	5	5	5	5	4	34
56	5	4	4	4	4	4	3	28
57	5	4	4	4	3	4	3	27
58	5	4	4	4	3	3	4	27
59	5	5	5	4	4	4	4	31
60	5	4	4	3	4	4	3	27
61	5	5	5	5	5	5	4	34
62	5	5	5	4	3	3	4	29
63	5	5	5	4	5	3	4	31
64	5	5	5	3	4	4	3	29
65	5	5	5	5	4	5	5	34
66	5	4	4	3	4	4	3	27
67	5	4	5	5	4	4	4	31
68	4	4	4	4	4	4	4	28
69	5	4	4	5	5	4	4	31
70	5	4	4	5	4	3	4	29
71	5	4	5	5	4	3	3	29
72	4	3	4	3	3	3	3	23
73	5	5	5	4	4	4	4	31
74	5	5	4	4	5	4	4	31
75	5	5	5	4	5	5	5	34





13	3	3	4	4	3	4	4	25
14	3	4	4	3	3	3	4	24
15	2	5	4	3	4	2	3	23
16	3	4	4	3	4	3	3	24
17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	4	4	3	3	4	3	4	25
19	3	4	4	3	4	3	3	24
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	4	4	4	3	4	3	3	25
22	4	3	3	4	4	3	3	24
23	4	3	3	3	4	3	3	23
24	3	4	3	3	4	3	4	24
25	3	4	3	3	4	4	3	24
26	5	5	4	5	5	4	4	32
27	4	4	4	4	5	2	4	27
28	5	5	5	4	4	4	5	32
29	4	4	4	4	4	4	4	28
30	4	4	4	4	4	3	4	27
31	3	3	4	3	4	3	3	23
32	4	3	3	4	4	3	3	24
33	4	4	5	4	5	2	3	27
34	4	4	4	4	4	4	4	28
35	4	4	4	4	4	3	4	27
36	5	3	5	3	4	4	3	27
37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	4	2	2	4	5	3	3	23
39	4	3	4	3	3	3	3	23
40	3	5	5	5	4	3	2	27
41	4	4	4	4	4	4	4	28
42	4	3	2	4	4	2	3	22
43	4	4	3	4	4	3	3	25
44	3	3	3	3	4	3	3	22
45	4	4	4	4	4	4	4	28
46	3	5	5	5	5	3	2	28
47	4	3	2	4	4	2	3	22
48	4	3	3	4	4	3	3	24
49	3	2	4	4	5	4	5	27
50	2	5	4	5	5	1	5	27
51	1	5	3	3	4	4	3	23
52	4	3	3	4	4	3	3	24
53	3	3	4	3	4	4	4	25



95	3	3	3	4	4	4	4	25
96	4	3	4	5	4	4	4	28
97	4	4	4	4	4	4	4	28
98	3	4	4	4	4	3	5	27
99	4	4	4	4	4	4	4	28
100	5	3	5	3	4	4	3	27

Resp.	Minat (Y)									Total (Y)
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	
1	5	4	5	4	4	4	3	4	5	38
2	4	4	4	4	3	4	2	4	4	33
3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
6	5	5	5	5	4	4	4	5	5	42
7	5	5	5	5	4	5	3	4	4	40
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
9	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
10	5	4	5	4	4	5	4	4	5	40
11	4	5	4	4	3	4	3	5	5	37
12	5	4	5	5	4	5	4	5	5	42
13	5	3	5	5	5	5	5	3	3	39
14	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
15	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
16	5	4	5	5	5	5	5	4	4	42
17	4	4	4	3	3	4	4	4	3	33
18	4	4	3	4	3	4	3	4	4	33
19	4	4	5	4	5	5	5	5	5	42
20	5	4	5	5	5	5	4	4	5	42
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
22	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
23	4	5	5	5	4	4	3	4	5	39
24	5	4	5	4	3	4	3	3	4	35
25	5	4	5	5	4	4	4	4	5	40
26	5	4	3	4	3	3	4	4	5	35
27	5	4	4	5	4	4	4	5	5	40
28	5	4	4	4	4	5	3	5	4	38
29	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38
30	5	5	5	4	4	5	4	5	5	42
31	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35

32	5	4	5	4	5	5	4	4	4	40
33	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
34	5	4	4	4	4	5	4	4	5	39
35	5	4	4	5	3	4	3	5	5	38
36	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
37	5	5	4	4	4	4	3	4	4	37
38	5	4	4	4	3	4	3	4	4	35
39	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38
40	5	5	4	5	4	3	4	3	4	37
41	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
42	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
45	5	4	5	5	4	5	4	5	5	42
46	5	5	5	5	4	5	4	3	3	39
47	5	4	5	5	4	4	4	4	4	39
48	5	5	4	4	5	4	5	4	4	40
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
50	4	5	4	5	4	4	4	4	4	38
51	5	4	4	4	4	3	5	5	5	39
52	5	4	4	4	4	5	4	5	5	40
53	5	4	5	4	4	4	4	4	5	39
54	5	4	4	4	4	4	4	5	5	39
55	5	5	4	5	4	4	4	5	4	40
56	5	5	5	4	4	3	3	4	4	37
57	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
58	5	3	3	4	5	5	5	4	5	39
59	5	5	4	5	4	5	3	4	5	40
60	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
61	4	5	5	4	4	4	4	4	5	39
62	4	4	4	5	4	4	5	4	5	39
63	5	4	5	5	5	5	3	5	5	42
64	4	5	5	4	4	4	4	5	4	39
65	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
66	5	4	4	5	4	4	4	5	4	39
67	5	4	5	4	5	4	4	4	4	39
68	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
69	5	4	4	4	4	3	3	4	4	35
70	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
71	5	4	4	4	4	4	4	5	5	39
72	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37

73	5	5	5	4	5	5	5	4	4	42
74	5	4	4	4	3	4	3	4	4	35
75	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
76	5	5	4	5	5	5	4	4	5	42
77	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
78	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
79	5	5	5	5	5	4	4	4	5	42
80	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
81	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
82	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
83	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
84	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
85	4	4	5	5	4	4	4	4	5	39
86	4	5	3	4	3	3	4	4	5	35
87	5	4	4	4	4	4	5	5	5	40
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
89	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
90	4	4	4	4	3	4	3	4	3	33
91	4	4	5	4	4	4	3	4	5	37
92	3	5	4	5	5	5	1	5	4	37
93	4	5	4	5	4	3	4	5	4	38
94	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38
95	4	4	4	4	4	3	3	4	3	33
96	4	4	4	5	4	4	5	4	5	39
97	5	4	5	5	5	5	3	5	5	42
98	4	5	5	4	4	4	4	5	4	39
99	5	5	4	4	4	5	3	5	4	39
100	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35

**Lampiran 3: Hasil Uji Validitas**

**1. Persepsi Kepercayaan**

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	25.00	15.690	.685	.901
X1_2	25.17	14.247	.791	.888
X1_3	24.93	15.237	.703	.898
X1_4	25.27	14.442	.780	.890
X1_5	25.05	14.566	.802	.888
X1_6	25.37	13.583	.779	.890
X1_7	25.54	13.597	.640	.912

**2. Persepsi Kemudahan**

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	26.12	11.624	.581	.860
X2_2	26.36	10.475	.729	.840
X2_3	26.34	10.021	.683	.844
X2_4	26.41	9.866	.655	.849
X2_5	26.36	10.681	.711	.843
X2_6	26.47	9.943	.734	.837
X2_7	26.53	10.667	.489	.874

**3. Persepsi Keamanan**

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3_1	21.59	40.383	.740	.951
X3_2	21.61	36.173	.862	.942

X3_3	21.10	37.541	.837	.944
X3_4	21.44	38.251	.858	.942
X3_5	21.61	36.173	.862	.942
X3_6	21.10	37.541	.837	.944
X3_7	21.44	38.251	.858	.942

#### 4. Religiusitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4_1	24.14	15.257	.556	.809
X4_2	23.78	15.106	.590	.804
X4_3	23.63	15.307	.633	.799
X4_4	23.69	15.388	.645	.797
X4_5	23.61	15.725	.620	.802
X4_6	24.39	13.552	.584	.811
X4_7	23.95	15.532	.477	.823

#### 5. Minat Menggunakan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	32.86	31.636	.648	.903
Y.2	32.98	30.293	.630	.904
Y.3	33.05	30.290	.623	.905
Y.4	32.97	28.895	.865	.888
Y.5	33.03	29.654	.831	.891
Y.6	33.10	28.196	.806	.891
Y.7	33.17	29.867	.575	.910
Y.8	32.98	31.017	.637	.903
Y.9	32.93	30.306	.664	.902

**Lampiran 4: Hasil Uji Reliabilitas**

**1. Persepsi Kepercayaan**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	7

**2. Persepsi Kemudahan**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.868	7

**3. Persepsi Keamanan**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.952	7

**4. Religiusitas**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.829	7

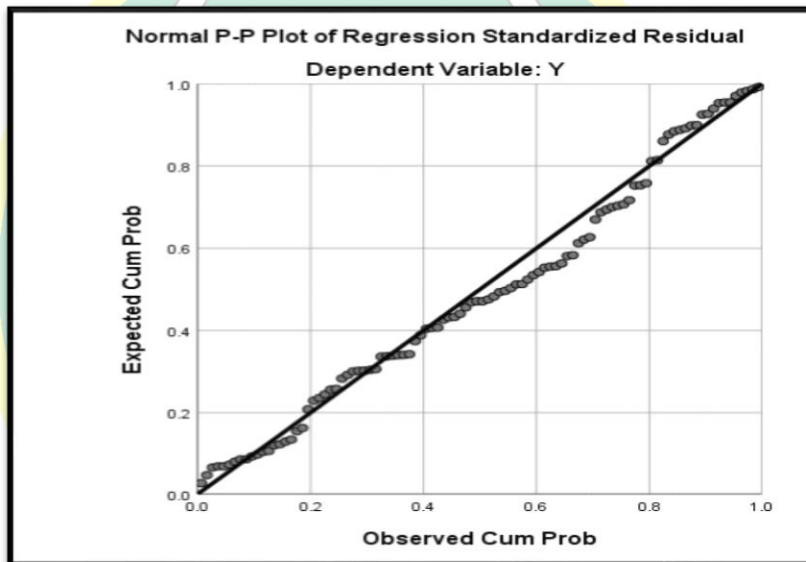
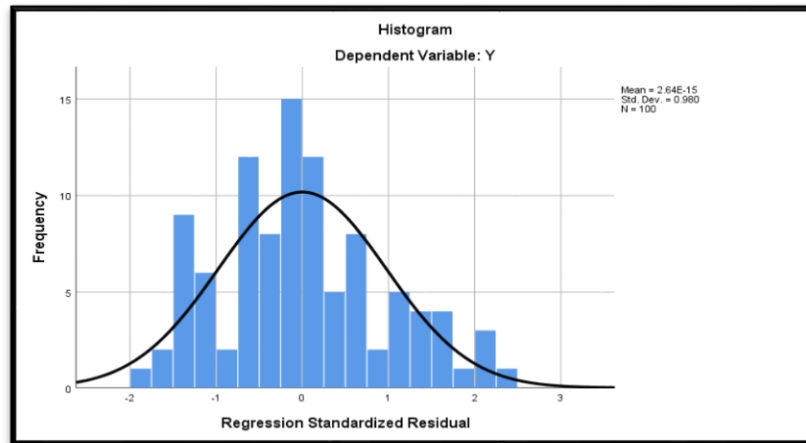
**5. Minat Menggunakan**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.910	9



## Lampiran 5: Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Hasil Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.76697141
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.052
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

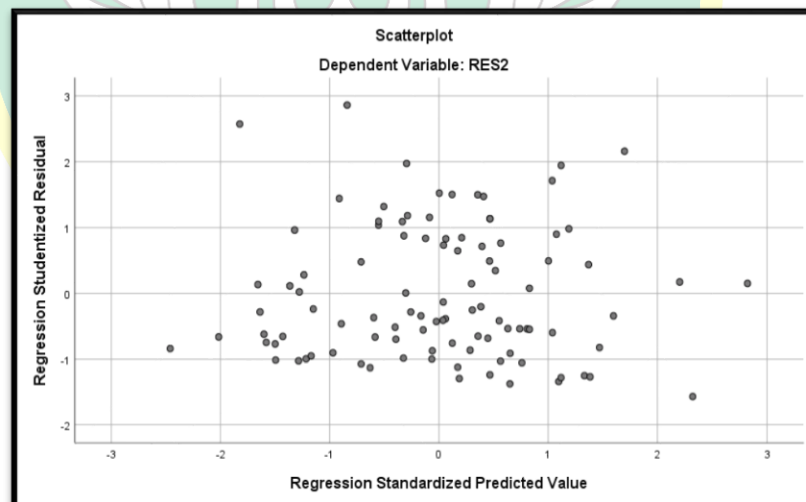
c. Lilliefors Significance Correction.

## 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	28.346	5.373		5.276	.000		
X1	.202	.098	.202	2.071	.041	.946	1.057
X2	.072	.098	.071	.738	.462	.956	1.046
X3	.285	.110	.256	2.591	.011	.919	1.088
X4	-.242	.126	-.188	-1.927	.057	.946	1.057

a. Dependent Variable: Y

## 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	28.346	5.373		5.276	.000
X1	.202	.098	.202	2.071	.041
X2	.072	.098	.071	.738	.462

X3	.285	.110	.256	2.591	.011
X4	-.242	.126	-.188	-1.927	.057

a. Dependent Variable: Y



**Lampiran 6: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.346	5.373		5.276	.000
	X1	.202	.098	.202	2.071	.041
	X2	.072	.098	.071	.738	.462
	X3	.285	.110	.256	2.591	.011
	X4	-.242	.126	-.188	-1.927	.057

a. Dependent Variable: Y



**Lampiran 7: Hasil Uji Hipotesis**

**1. Hasil Uji Parsial (Uji t)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	28.346	5.373		5.276	.000
X1	.202	.098	.202	2.071	.041
X2	.072	.098	.071	.738	.462
X3	.285	.110	.256	2.591	.011
X4	-.242	.126	-.188	-1.927	.057

**2. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	132.203	4	33.051	4.142	.004 <sup>b</sup>
Residual	757.957	95	7.978		
Total	890.160	99			

**3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.385 <sup>a</sup>	.149	.113	2.825

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

**Lampiran 8: Sertifikat BTA**



**IAIN PURWOKERTO**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**UPT MA'HAD AL-JAMI'AH**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iaipurwokerto.ac.id

---

**SERTIFIKAT**  
**Nomor: In.17/UPT.MAJ/10114/06/2020**

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

**NAMA : IRBAH SHAHRIFAH**  
**NIM :**

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

<b># Tes Tulis</b>	<b>:</b>	<b>78</b>
<b># Tartil</b>	<b>:</b>	<b>70</b>
<b># Imla'</b>	<b>:</b>	<b>70</b>
<b># Praktek</b>	<b>:</b>	<b>75</b>
<b># Nilai Tahfidz</b>	<b>:</b>	<b>70</b>





ValidationCode

Purwokerto, 06 Jan 2020  
Mudir Ma'had Al-Jami'ah,

**Nasrudin, M.Ag**  
NIP: 197002051 99803 1 001

SIMA v.1.0 UPT MA'HAD AL-JAMI'AH IAIN PURWOKERTO - page1/1

## Lampiran 9: Sertifikat Bahasa Arab

  
**IAIN PURWOKERTO**

**وزارة الشؤون الدينية**  
**الجامعة الإسلامية الحكومية بورنوكرتو**  
**الوحدة لتنمية اللغة**

عنوان : شارع جندول أحمد ياني رقم : ٤٨، بورنوكرتو ٥٣١٢٦، هاتفه (٢٨) - ٦٣٥٦٢٤ www.iaipurwokerto.ac.id

---

**الشهادة**

الرقم : ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠٢١/١٠٣٩٨  
 منحت الى  
 الاسم : إربة شحرقة  
 المولودة : بتشيلاشاب، ٧ أغسطس ٢٠٠٠

الذي حصل على  
 فهم المسموع : ٥٤ :  
 فهم العبارات والتراكيب : ٥٣ :  
 فهم المقروء : ٥٥ :  
 النتيجة : ٥٣٩ :

في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ١١ ديسمبر ٢٠١٨

بورنوكرتو، ٦ أكتوبر ٢٠٢١  
 نائب عن رئيس الوحدة لتنمية اللغة،

  
 الدكتورة أدي روسواتي، الماجستير  
 رقم التوظيف: ١٩٨٦٠٧٠٤٢٠١٥٠٣٢٠٠٤

  
 ValidationCode

Lampiran 10: Sertifikat Bahasa Inggris




**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA**  
**STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESSOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**TECHNICAL IMPLEMENTATION UNIT OF LANGUAGE**  
**Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaiizu.ac.id | +62 (281) 635624**

**CERTIFICATE**  
**الشهادة**

**IRBAH SHAHRIFAH**  
**Cilacap, 7 Agustus 2000**  
**EPTUS**  
**19 April 2022**

**IRBAAH SHAHRIFAH**  
**IRBAAH SHAHRIFAH**

**Place and Date of Birth**  
**Has taken**  
**with Computer Based Test, organized by**

**Technical Implementation Unit of Language on:**  
**with obtained result as follows**

**Listening Comprehension: 43**  
**Structure and Written Expression: 45**  
**Reading Comprehension: 47**

**Obtained Score : 135**

**The test was held in UIN Professor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.**






**AGATA Head**  
**Head of UIN Purwokerto**  
**Ade Ruswatie, M. Pd.**  
**NIP. 19860704 201503 2 004**



Lampiran 11: Sertifikat KKN



Lampiran 12: Sertifikat PPL



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

# Sertifikat

**Nomor : 871/Un.19/D.FEBI/PP.09/4/2022**

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

**Nama : Irbah Shahrifah**  
**NIM : 1817202154**

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2022 di :

**BRI KC Purwokerto**

Mulai Bulan Januari 2022 sampai dengan Februari 2022 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **A**.  
Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian *Munawaziyah/Skripsi*.

Mengetahui, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Purwokerto, 4 April 2022
 <b>Dr. H. Jansal Abdul Aziz, M.Ag</b> NIP.19730921 200212 1 004	 <b>H. Sochimil, Lc., M.Si.</b> NIP. 19691009 200312 1 001



Lampiran 13: Sertifikat Aplikom

# SERTIFIKAT

## APLIKASI KOMPUTER



**IAIN PURWOKERTO**

No. IN.17/UPT-TIPD/7423/XI/2020

KEMENTERIAN AGAMA  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA**  
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126

Diberikan Kepada:

**IRBAH SHAHRIFAH**  
 NIM: 1817202154

Tempat / Tgl. Lahir: Cilacap, 07 Agustus 2000

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto **Program Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

**SKALA PENILAIAN**

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

**MATERI PENILAIAN**

MATERI	NILAI
Microsoft Word	80 / B+
Microsoft Excel	80 / B+
Microsoft Power Point	80 / B+



Purwokerto, 12 November 2020  
 Kepala UPT TIPD



**Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc**  
 NIP. 19801215 200501 1 003



Lampiran 14: Sertifikat PBAK




# SERTIFIKAT

No. 096/A1/PBAK-FEBI/DEMAFEBI/VIII/2018

Diberikan kepada :

IRBAH SHAHRIFAH

Sebagai  
**Peserta**

Kehadiran	Keaktifan	Tugas	Rata-rata
88	87	89	88

Dalam kegiatan PBAK FEBI 2018 yang diselenggarakan oleh  
 Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto  
 Pada tanggal 24-25 Agustus 2018 di IAIN Purwokerto

**Wakil Dekan III**  
  
 Drs. Atabik, M.Ag  
 NIP. 196512051993031004

**Ketua Panitia PBAK FEBI**  
  
 M. Nu'man Annabhani  
 NIM. 1617203030

### Lampiran 15: Kartu Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsatzu.ac.id

#### BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : IRBAH SHAHRIFAH  
NIM : 1817202154  
Prodi/semester : Perbankan Syariah / 8 (Delapan)  
Dosen Pembimbing : Sofia Yustiani Suryandari, SE., M.Si.  
Judul Skripsi : "Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, dan Religiusitas Terhadap Minat Generasi Milenial Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology (FINTECH)* (Studi Pada Kota Indramayu)."

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Oktober	Kamis, 21/10/2021	1. Kelengkapan pembahasan setiap variabel pada latar belakang masalah di proposal skripsi 2. Perubahan kalimat pada rumusan masalah 3. Landasan teori lebih dilengkapi per variabel dipenelitian 4. Perubahan penulisan pada penelitian terdahulu 5. Kelengkapan narasi hipotesis.		
2	Maret	Senin, 21/03/2022	Perubahan variabel literasi keuangan syariah diganti dengan variabel religiusitas.		



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsatzu.ac.id

3	April	Sabtu, 09/04/2022	1. Penyerahan revisian proposal skripsi 2. Membahas kriteria kuesioner dan sampel penelitian		
4	Mei	Senin, 16/05/2022	1. Perbaikan jumlah pernyataan dalam kuesioner 2. Revisian proposal skripsi		
5	Juni	Senin, 06/06/2022	Revisian setelah seminar proposal		
6	Juni	Jumat, 17/06/2022	1. Perbaikan landasan teologis 2. Revisian Bab 2		
7	Juni	Rabu, 22/06/2022	Perbaikan dalam teori di Bab 2		
8	Juni	Jumat, 24/06/2022	Revisian bab 2 dan 3		
9	Juni	Senin, 27/06/2022	1. Revisian bab 4 2. Revisian hasil analisis data		
10	Juni	Rabu, 29/06/2022	Revisian pembahasan hasil terkait teori pendukung		



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsatzu.ac.id

11	Juni	Kamis, 30/06/2022	1. Revisian penulisan abstrak 2. Revisian pembahasan hasil penelitian		
----	------	-------------------	--	--	--

\*) diisi pokok-pokok bimbingan;

\*\*) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 06 Juli 2022  
Pembimbing,

**Sofia Yustiani Suryandari SE., M.Si.**  
NIP. 197807162009012006

## Lampiran 16: SK Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 1561/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Irbah Shahrifah  
NIM : 1817202154  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Pembimbing : Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.S  
Judul : Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan, Resiko Keamanan Dan Religiusitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Pada Wilayah Indramayu)

Pada tanggal 02/06/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 6 Juni 2022  
Koord. Prodi Perbankan Syariah



**Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.**  
NIP. 19920613 201801 2 001

**Lampiran 17: SK Lulus Komprehensif**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF**

Nomor: 1065/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/04/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Irbah Shahrifah  
NIM : 1817202154  
Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 28/04/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS, dengan nilai : **86 / A**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal **28 April 2022**  
Koord. Prodi Perbankan Syariah



**Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.**  
NIP. 19920613 201801 2 001

**Lampiran 18****DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : Irbah Shahrifah
2. NIM : 1817202154
3. Tempat/Tanggal Lahir : Cilacap, 07 Agustus 2000
4. Alamat : Blok. Tanjung Jati rt/rw 001/002, Desa Gantar, Kec. Gantar, Kab. Indramayu, Jawa Barat, Indonesia.
5. Nama Orang Tua
  - Nama Ayah : Sunarto
  - Nama Ibu : Wartini

**B. Riwayat Pendidikan**

1. Pendidikan Formal
  - a. TK, Tahun Lulusan : TK Mutiara Bunda, 2006
  - b. SD, Tahun Lulusan : SD Negeri 1 Gantar, 2012
  - c. MTs, Tahun Lulusan : MTs Ma'had Al-zaytun, 2015
  - d. MA, Tahun Lulusan : MA Ma'had Al-zaytun, 2018
  - e. S1, Tahun Masuk : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2018
2. Pendidikan Non Formal : -

**C. Prestasi Akademik**

1. :-

**D. Karya Ilmiah**

1. :-

**E. Pengalaman Organisasi**

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Perbankan Syariah (2020/2021)



Purwokerto, 05 Juli 2022



Irbah Shahrifah

