



**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, KEGUNAAN, DAN  
KEPUASAN TERHADAP PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* DI  
MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA TEGAL (STUDI KASUS PADA  
GENERASI Z).**

**SKRIPSI**

Oleh:

**Nur Afyah**

**NPM : 4317500192**

Diajukan Kepada:

**Program Studi Akuntansi**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Pancasakti Tegal**

**2021**



**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, KEGUNAAN, DAN  
KEPUASAN TERHADAP PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* DI  
MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA TEGAL (STUDI KASUS PADA  
GENERASI Z).**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Menyusun Skripsi Pada Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal

Oleh:

**Nur Afyah**

**NPM : 4317500192**

Diajukan Kepada:

**Program Studi Akuntansi**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Pancasakti Tegal**

**2021**



**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, KEGUNAAN, DAN  
KEPUASAN TERHADAP PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* DI  
MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA TEGAL (STUDI KASUS PADA  
GENERASI Z).**

**SKRIPSI**

Oleh:

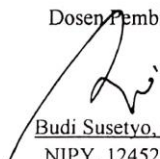
**Nur Afiyah**

**NPM : 4317500192**


**Disetujui Untuk Ujian Skripsi**

**Tanggal: 24 Juli 2021**

Dosen Pembimbing I

  
Budi Susetyo, S.E. M.Si  
NIPY. 124523111971

Dosen Pembimbing II

  
Aminul Fajri, S.E. M.Si  
NIPY. 1385231970

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Diah Noviany Rahmatika, S.E. M.M., Ak. C.A.

NIDN. 0628117502

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Nur Afyah  
NPM : 4317500192  
Judul : Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Kegunaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan *Financial Technology* Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Tegal (Studi Kasus Pada Generasi Z).

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian skripsi, yang dilaksanakan pada:

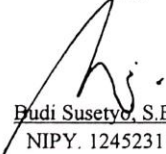
Hari : Sabtu  
Tanggal : 24 Juli 2021

Ketua Penguji



Sumarno, S.E., M.Si  
NIDN. 0608016501

Penguji I



Budi Susetyo, S.E., M.Si  
NIPY. 124523111971

Penguji II



Drs. Baihaqi Fanani, M.M., Akt.  
NIPY. 1576981964

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E., M.M., Akt., C.A  
NIDN. 0628117502

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto:**

“Barangsiapa yang menginginkan (kebahagiaan) dunia, maka hendaknya dengan ilmu. Dan barangsiapa yang menginginkan (kebahagiaan) akhirat, maka hendaknya dengan ilmu”. – *Manaqib Asy Syafi’i*

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan pasti ada kemudahan .” (Qs. Al-Insyirah:5).

### **Persembahan**

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tersayang.
2. Seluruh teman dan keluarga tercinta.

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Afiyah

NPM : 4317500192

Program Studi : Akuntansi

Konsentrasi : Auditing

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**“Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Kegunaan, dan Kepuasan Terhadap Penggunaan *Financial Technology* Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Tegal (Studi Kasus Pada Generasi Z)”.**

1. Merupakan hasil karya sendiri, dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan / atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
2. Saya mengizinkan untuk dikelola oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal sesuai dengan norma hukum dan etika yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab.

Tegal, 14 Juli 2021

Yang Menyatakan,

  
Nur Afiyah

## ***ABSTRACT***

### **Nur Afiyah, 2021, Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Kegunaan, dan Kepuasan Terhadap Penggunaan *Financial Technology* Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Tegal (Studi Kasus Pada Generasi Z).**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor penyebab penggunaan *financial technology* di masa pandemi Covid-19 pada generasi z di kota Tegal. Dewasa ini, marak sekali penggunaan *financial technology* karena sangat memudahkan pengguna dalam melakukan berbagai macam transaksi baik online maupun offline. Terlebih lagi disaat pandemi Covid-19 seperti sekarang, kita dirasa perlu mengurangi kontak fisik antar sesama karena mengingat penyebaran virus ini melalui udara atau media lain. Menurut juru bicara WHO, uang tunai sering berpindah tangan dan disana (uang kertas) dapat menjadi sarang berbagai bakteri dan virus. Sehingga masyarakat beralih menggunakan pembayaran berbasis teknologi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, dengan cara menyebarkan kuesioner melalui google form kepada 100 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Penelitian ini menggunakan 4 variabel yaitu persepsi kemudahan, kepercayaan, kegunaan dan kepuasan. Alat bantu yang digunakan guna menguji penelitian ini menggunakan SPSS 22.

Hasil penelitian ini diperoleh bahwa persepsi kemudahan, kepercayaan, kegunaan dan kepuasan secara uji kelayakan model berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *financial technology* pada generasi z di kota Tegal, dengan *Goodness Of Fit* sebesar 9,184 dan tingkat signifikan 0,000. Sehingga dapat diartikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan dalam analisis. Pengaruh variabel yang dominan adalah kemudahan, disusul oleh variabel kegunaan, kepercayaan dan kepuasan.

**Kata Kunci:** *Financial Technology, Kemudahan, Kepercayaan, Kegunaan dan Kepuasan.*

## **ABSTRACT**

***Nur Afyah, 2021, The Effect of Ease, Trust, Usefulness, and Satisfaction on the Use of Financial Technology During the Covid-19 Pandemic In Tegal City (Case Study on Generation Z).***

The purpose of this study was to determine the factors causing the use of financial technology during the Covid-19 pandemic in generation z in the city of Tegal. Today, the use of financial technology is very widespread because it makes it very easy for users to carry out various kinds of transactions both online and offline. Especially when the Covid-19 pandemic is like now, we feel the need to reduce physical contact between each other because considering the spread of this virus through the air or other media. According to a WHO spokesperson, cash changes hands frequently and there (banknotes) can be a breeding ground for various bacteria and viruses. So that people switch to using technology-based payments.

This study uses a quantitative descriptive research method, by distributing questionnaires via google form to 100 respondents according to the research criteria. This study uses 4 variables, namely perceived ease, trust, usefulness and satisfaction. The tools used to test this research use SPSS 22.

The results of this study indicate that the perception of convenience, trust, usefulness and satisfaction in the model feasibility test has a significant effect on the use of financial technology in generation z in the city of Tegal, with a Goodness Of Fit of 9.184 and a significant level of 0.000. So it can be interpreted that the regression model used in this study is feasible to be used in the analysis. The dominant variable influence is convenience, followed by usability, trust and satisfaction variables.

**Keywords:** *Financial Technology, Ease, Trust, Usefulness and Satisfaction.*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

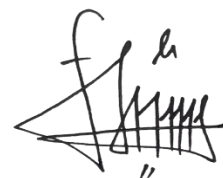
Alhamdulillahirabbil'alamiin, segala puji dan syukur kepada Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat akademis untuk mencapai gelar kesarjanaan pada prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal. Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua tersayang yang selalu mendoakan, memberi dukungan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Dien Noviany R., S.E, M.M, Akt,CA selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
3. Budi Susetyo, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing 1, yang telah banyak memberi petunjuk, membimbing dan memberikan nasehat dalam penyusunan skripsi ini.
4. Aminul Fajri, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing 2, yang telah banyak memberi petunjuk, membimbing dan memberikan nasehat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kepada teman-teman dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu serta memotivasi penyusunan skripsi ini.

Peneliti sangat menyadari sepenuhnya penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Peneliti sangat berharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak guna memperbaiki penyusunan skripsi ini bermanfaat bagi peneliti pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya sebagai tambahan wawasan ilmu pengetahuan serta diharapkan dapat memberikan kekayaan kepustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.

Tegal, 14 Juli 2021  
Penulis



Nur Afyah

## DAFTAR ISI

### Contents

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10

BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Teori yang mendasar .....	11
2. Financial Technology (FinTech) .....	13
3. Adopsi Teknologi Informasi .....	18
4. Pandemi Covid-19 .....	20
5. Generasi Z .....	20
6. Kemudahan.....	22
7. Kepercayaan .....	22
8. Kegunaan.....	23
9. Kepuasan .....	24
B. Penelitian terdahulu .....	25
C. Kerangka Pemikiran Konseptual .....	29
1. Kemudahan terhadap penggunaan <i>financial technology</i> .....	29
2. Kepercayaan terhadap penggunaan <i>financial technology</i> .....	31
3. Kegunaan terhadap penggunaan <i>financial technology</i> .....	32
4. Kepuasan terhadap penggunaan <i>financial technology</i> .....	33
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN.....	35

A. Jenis Penelitian.....	35
B. Objek Penelitian.....	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	35
1. Populasi.....	35
2. Sampel.....	36
D. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	36
1. Definisi Konseptual .....	36
2.Operasional Variabel .....	39
E. Metode Pengumpulan Data.....	40
F. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	42
1. Uji Instrumen Penelitian .....	42
2. Uji Statistik Deskriptif .....	43
3. Uji Asumsi Klasik.....	43
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
5. Uji Hipotesis .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Umum.....	50
B. Deskripsi Responden.....	50
1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
2. Responden Berdasarkan Usia.....	52

3. Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	53
4. Responden Berdasarkan Status.....	54
5. Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Fintech.....	55
6. Responden Berdasarkan Jenis Layanan Fintech.....	56
7. Responden Berdasarkan Tingkat Penggunaan Dalam Sebulan.....	56
C. Pengujian Instrumen Penelitian .....	57
1. Uji Validasi Instrumen.....	57
2. Uji Reliabilitas Instrumen .....	62
3. Uji Statistik Deskriptif.....	65
4. Uji Asumsi Klasik.....	68
5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
D. Pembahasan .....	79
BAB V.....	82
KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN.....	82
A. Kesimpulan .....	82
B. Saran.....	83
C. Implikasi Penelitian.....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	89

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perkembangan Fintech.....	14
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2.3. Kerangka Pemikiran.....	33
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Status.....	53
Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Fintech.....	54
Tabel 4.6. Responden Berdasarkan Jenis Layanan Fintech.....	55
Tabel 4.7. Responden Berdasarkan tingkat penggunaan.....	55
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan.....	57
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	58
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Kegunaan.....	58
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan.....	59
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Fintech.....	60
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan.....	61

Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan.....	61
Tabel 4.15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kegunaan.....	62
Tabel 4.16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan.....	63
Tabel 4.17. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan.....	63
Tabel 4.18. Uji Statistik Deskriptif.....	65
Tabel 4.19. Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.20. Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.21. Uji Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 4.22. Uji Kelayakan Model.....	75
Tabel 4.23. Uji t.....	76
Tabel 4.24. Uji Koefisien Determinasi.....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Karakteristik penyelenggaraan dan pengguna fintech lending.....	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Fintech di Indonesia: Pembayaran.....	5
Gambar 1.3. Pertumbuhan Fintech di Indonesia: Pendanaan.....	6
Gambar 1.4. Jumlah Fintech Terdaftar di BI dan OJK.....	7
Gambar 1.5. Indonesia Fintech Landscape.....	8
Gambar 2.1. Sejarah Fintech.....	14
Gambar 2.2. Ekosistem Fintech.....	16
Gambar 2.3. Klasifikasi Inovasi FinTech.....	17
Gambar 2.4. Ranking Kategori FinTech 2015-2019.....	18
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

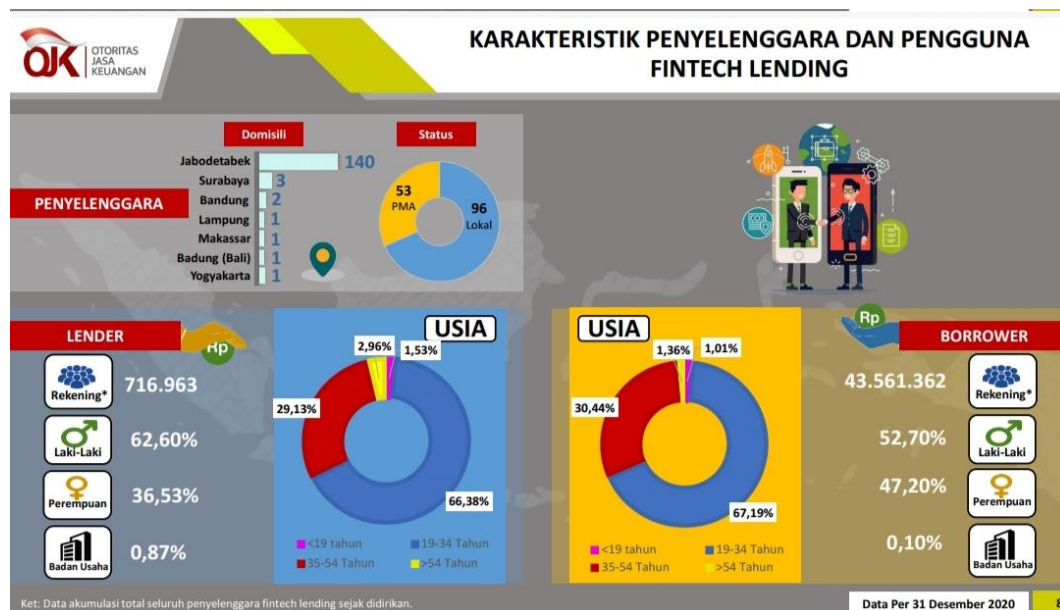
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2. Data Kuesioner.....	96
Lampiran 3. Hasil Penelitian .....	103

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### A. Latar Belakang

Teknologi informasi tumbuh dengan cepat. Internet pun menjadi barang wajib sebagai komunikasi saat ini. Terlebih lagi masyarakat lebih menyukai konsep instan yang jauh lebih praktis, fleksibel dan cepat. Hingga tahun 2007 pengguna internet di Indonesia mencapai 25 juta pengguna, dalam 10 tahun terakhir tumbuh sekitar lebih dari 3 juta pengguna setiap tahun. Kemajuan teknologi ini mendorong para pebisnis untuk melebarkan sayapnya menjajaki praktek pemasaran bisnis yang baru. Secara tidak langsung internet membentuk pasar dan bisnis baru. Internet membuat konsumen dari berbagai belahan dunia dapat meng-*exposed* berbagai hal dan menginginkan berbagai hal yang mereka lihat. Bisnis pun mengadopsi internet sebagai pasar baru sehingga mendukung terciptanya berbagai sistem *e-marketing*, *e-commerce*, *e-education* dan sebagainya (Amalia, 2018).



**Gambar 1.1. Karakteristik penyelenggaraan dan pengguna fintech lending.**

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Berdasarkan data OJK per Desember 2019, pengguna Fintech didominasi oleh masyarakat yang berusia 19-34 tahun yang bertempat tinggal di pulau Jawa. Dari data tersebut juga dapat dilihat bahwa generasi z turut mendominasi penggunaan financial technology (Fintech) di Indonesia terutama di pulau Jawa, mengingat usia tertua dari generasi ini per 2021 ialah 27 tahun.

Kehadiran *Financial Technology* atau sering disebut FinTech menghadirkan kemudahan bertransaksi dan mengakses produk jasa keuangan dimanapun dan kapanpun hanya dalam sentuhan teknologi di tangan. Transaksi bisa dilakukan tanpa datang langsung ke tempat jasa financial dengan beragam prosedur layaknya perbankan pada biasanya. Hal ini tentu baik bagi literatur keuangan di Indonesia (Amalia, 2018)

FinTech terus berupaya berinovasi dalam berbagai variasi untuk membuat perubahan yang relatif besar terhadap industri keuangan di Indonesia dan perubahan mikro ekonom yang dapat di rasakan dari berbagai pelosok nusantara. Percepatan jangkauan layanan di bidang ekonomi merupakan kontribusi besar yang diberikan FinTech. FinTech menyuguhkan keuangan yang jauh lebih modern, praktis, aman dan terkendali. Dalam hal ini pemerintah melalui Bank Indonesia membuat regulasi yang tertuang pada nomor 18/40/PB/2006 tentang FinTech dalam pemrosesan transaksi pembayaran guna memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berbagai bidang jasa pembayaran maupun sektor infrastruktur, industri maupun instrumen lainnya. Kemajuan teknologi informasi banyak merubah pola aktivitas di berbagai sektor bidang. Salah satu bidang yang cukup terkena dampaknya adalah bidang bisnis, dimana bidang bisnis ini mengalami pergeseran cukup signifikan ke arah transaksi elektronik, baik menggunakan gadget smartphone ataupun web. Istilah bisnis cukup terkenal dengan sebutan *e-commerce* atau *m-commerce*. (David Kristian Paath, 2019)

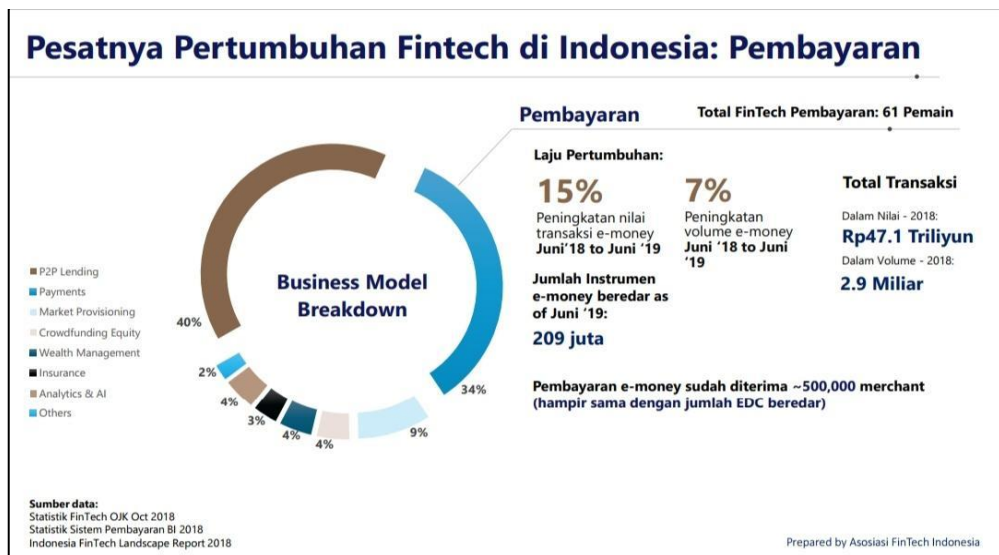
Masa Pandemi Covid-19 ini membuat pemerintah menetapkan kebijakan-kebijakan baru guna mengurangi persebaran virus Covid-19. Salah satu cara yang digunakan yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Hal ini dirasa perlu guna mengurangi kontak fisik antar sesama, karena mengingat penyebaran virus ini melalui udara atau media lain yang dapat ditularkan dari orang yang terkena ke orang yang tidak terkena dan

virus ini dapat menyebabkan kematian. Selain dapat menyebabkan kematian, dampak negatif lainnya yang ditimbulkan virus Covid-19 ini adalah terhadap sosial ekonomi masyarakat. Dalam penerapan PSBB masyarakat dihimbau untuk tetap dirumah, dilarang berkerumun dan fasilitas umum di batasi. Sehingga berakibat pada kegiatan rutinitas masyarakat dalam memenuhi kebutuhan seperti pemenuhan makan, minum, pakaian, transportasi dll lainnya yang tidak dapat dilakukan secara fisik lagi. Hal tersebut menyebabkan perubahan perilaku konsumen dari pembayaran fisik ke pembayaran teknologi digital atau *financial technology* (Humairoh, 2020).

Kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan di tengah Pandemi Covid-19 dirasa meningkat. Termasuk dalam hal mengurangi pembayaran menggunakan non tunai dan beralih ke dompet digital, karena uang tunai dirasa dapat menjadi obyek penyebaran virus. Virus corona dapat menempel pada uang tunai, tangan orang yang menyerahkan/menerima dan kartu debit. Menurut juru bicara WHO, uang tunai sering berpindah tangan dan disana (uang kertas) dapat menjadi sarang berbagai bakteri dan virus. Sehingga masyarakat beralih menggunakan pembayaran berbasis teknologi. Pandemi Covid-19 secara tidak langsung turut mempopulerkan aktivitas bisnis berbasis online atau *distance* yang hadir guna memenuhi segala kebutuhan tersebut. Dengan ini segala kebutuhan masyarakat tetap terpenuhi tanpa melanggar protokol kesehatan yang berlaku. Menjamurnya metode pembayaran ini mendorong

semua pihak beralih menggunakan *financial technology*. Berbagai transaksi tradisional secara konvensional beralih ke sistem digital (Siti Nur Fatoni, 2020).

Otoritas jasa keuangan (OJK) secara resmi telah menunjuk Asosiasi FinTech Indonesia (AFTECH) sebagai Asosiasi Penyelenggara Inovasi Keuangan Digital berdasarkan POJK No. 13/2018. Berikut data peningkatan pengguna Fintech dari sebelum Pandemi sampai adanya pandemi atau dari tahun 2018-2019 (Wijaya, 2020).

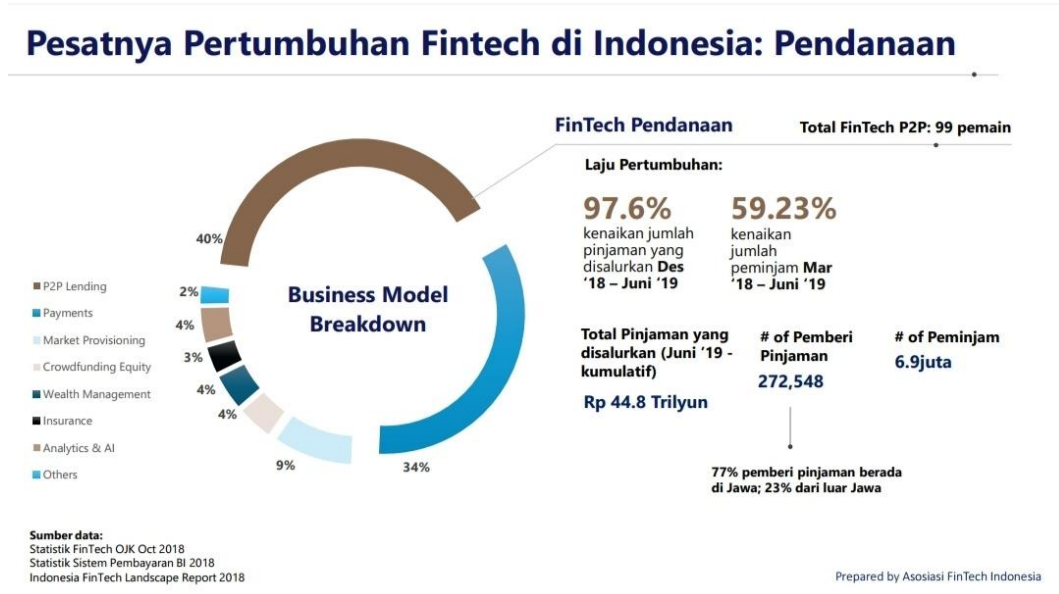


**Gambar 1.2. Pertumbuhan Fintech di Indonesia: Pembayaran**

Sumber: Asosiasi FinTech Indonesia (AFTECH)

Berdasarkan hasil diatas diketahui bahwa pertumbuhan Fintech ‘pembayaran’ di Indonesia selama Juni 2018 sampai Juni 2019, nilai transaksi *e-money* meningkat sebanyak 15% atau sebesar Rp74,1 triliun dengan jumlah instrumen *e-money* beredar sebesar Rp 209 juta.,

sedangkan volume *e-money* meningkat sebanyak 7% atau sebesar Rp2,9 miliar. Contoh Fintech ‘pembayaran’ yang ada di Indonesia yaitu: Go-pay, Ovo, Doku Wallet, Link Aja dan Dana.



**Gambar 1.3. Pertumbuhan Fintech di Indonesia: Pendanaan**

Sumber: Asosiasi FinTech Indonesia (AFTECH)

Dari gambar di atas diketahui, pertumbuhan Fintech ‘pendanaan’ di Indonesia selama Juni 2018 sampai Juni 2019 terjadi penambahan total pinjaman yang disalurkan sebesar 97,6% atau total pinjaman yang disalurkan secara kumulatif sebesar Rp 44,8 triliun, serta kenaikan jumlah peminjam sebesar 59,23% atau sebesar 272,548 pemberi pinjaman (77% pemberi pinjaman berada di Jawa dan 23% sisanya berada di luar Jawa). Contoh Fintech ‘pendanaan’ yang ada di Indonesia yaitu: Danamas, Dompot Kilat, Investree, KIMO, dan Amarnya.

## Jumlah FinTech Terdaftar di BI dan OJK

Data Bank Indonesia & OJK

*\*) IKD mencakup jenis FinTech agen produk keuangan, market aggregator, insuretech, dll.*

**FinTech yang memiliki izin/tercatat di Otoritas Jasa Keuangan:**



- **P2P Lending:** 127 perusahaan
- **IKD (Inovasi Keuangan Digital)\*:** 34 perusahaan

**100% FinTech (161 perusahaan) yang sudah memiliki izin/tercatat di OJK merupakan anggota dari AFTECH**

*\*) Non-bank & Non-Telco*

**FinTech yang memiliki izin/terdaftar di Bank Indonesia:**



- **Penyelenggara e-Money\*:** 19 perusahaan
- **Payment Gateway:** 11 perusahaan
- **E-wallet\*:** 2 perusahaan
- **Terdaftar di Sandbox BI:** 1 perusahaan dari yang telah melakukan pendaftaran sebagai penyelenggara TekFin sebanyak 54 perusahaan

**63% FinTech (21 dari 33 perusahaan) yang sudah memiliki izin/terdaftar di BI merupakan anggota dari AFTECH**

**Gambar 1.4. Jumlah Fintech Terdaftar di BI dan OJK**

Sumber: Asosiasi FinTech Indonesia (AFTECH)

Dari gambar diatas diketahui bahwa, Fintech yang memiliki izin/tercatat pada OJK sebanyak 127 perusahaan pada Fintech P2P Lending dan sebanyak 34 perusahaan pada IKD (Inovasi Keuangan Digital), serta seluruh perusahaan tersebut merupakan anggota dari Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH). Sedangkan menurut data dari Bank Indonesia diketahui bahwa Fintech yang memiliki izin/tercatat sebagai penyelenggara e-money sebanyak 19 perusahaan, payment gateway sebanyak 11 perusahaan, e-wallet sebanyak 2 perusahaan, serta yang terdaftar di Sandbox BI sebanyak 1 perusahaan. 21 dari 33 perusahaan tersebut merupakan anggota dari Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH).





**Gambar 1.5. Indonesia Fintech Landscape**

Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa *Financial Technology* berupa dompet digital seperti OVO, DANA dan Gopay merupakan jenis transaksi yang cukup banyak digunakan. Terlebih lagi para Generasi Z mulai mengikuti tren *cashless* karena memberikan banyak kemudahan dan keuntungan. Contoh dari *Financial Technology* yang banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia yaitu: Go-pay, Link Aja, Investree, Bibitnomic, dan Dompet Sehat

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis bertujuan menguji penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Kegunaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan *Financial Technology* Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Tegal (Studi Kasus Pada Generasi Z)”**.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan masalah diatas, maka pokok masalah yang akan dibahas pada penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *Financial Technology* di masa pandemi Covid-19 di kota Tegal?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *Financial Technology* di masa pandemi Covid-19 di kota Tegal?
3. Apakah kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan *Financial Technology* di masa pandemi Covid-19 di kota Tegal?
4. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap penggunaan *Financial Technology* di masa pandemi Covid-19 di kota Tegal?

## C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Guna mengetahui pengaruh kemudahan terhadap penggunaan *Financial Technology* di masa pandemi Covid-19 di kota Tegal.
2. Guna mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *Financial Technology* di masa pandemi Covid-19 di kota Tegal.
3. Guna mengetahui pengaruh kegunaan terhadap penggunaan *Financial Technology* di masa pandemi Covid-19 di kota Tegal.
4. Guna mengetahui pengaruh kepuasan terhadap penggunaan *Financial Technology* di masa pandemi Covid-19 di kota Tegal.

#### D. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini dapat berkontribusi untuk pihak yang bersangkutan dalam hal sistem pembayaran digital / fintech. Manfaat yang dapat diperoleh diantaranya ialah manfaat teoritis dan manfaat praktis:

##### 1. Manfaat Teoritis

###### 1) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan wawasan bagi peneliti terkait faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan *financial technology*

###### 2) Bagi Mahasiswa

- a. Guna membuat mahasiswa agar dapat mengurai dan menjelaskan suatu masalah secara ilmiah, teoritis dan sistematis.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan belajar mengenai *financial technology* serta dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya sebagai referensi.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan literatur bagi masyarakat agar semakin mengetahui tentang *financial technology*.
- b. Hasil penelitian ini bisa digunakan bagi perusahaan yang bergerak dalam sistem pembayaran digital mengenai faktor-faktor yang dapat mengubah perilaku masyarakat dalam menggunakan *financial technology*.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Teori yang mendasar

###### 1) Teori TAM (*Technology Acceptance Model*)

*Technology Acceptance Model* (TAM) adalah sebuah inovasi model dimana pengguna menerima suatu teknologi (Bangkara&Mimba, 2016). Analisis TAM adalah analisis yang dipergunakan guna mengetahui respon pengguna dan penerima berkenaan dengan munculnya teknologi. Guna menganalisis proses adaptasi teknologi maka TAM menggunakan metode pendekatan teori perilaku. Selain dapat memprediksi, metode TAM juga dapat memaparkan hubungan antar variabel dan indikator dalam model ini diketahui sudah teruji dapat menilai penerimaan teknologi (Rajendra Prasada Bangkara, 2016).

Tujuan TAM ialah untuk memaparkan faktor penentu perilaku pengguna dalam menerima penggunaan teknologi. Guna mencapai tujuan tersebut TAM menggunakan beberapa cara guna mengidentifikasi variabel dasar dalam penelitian sebelumnya untuk mengetahui faktor pada penerimaan teknologi yang berpengaruh secara

afektif dan kognitif dan menggunakan dasar teori TRA untuk menetapkan model hubungan variabel penelitian (Lucyanda, 2010).

### 2) Teori IDT (*Innovation Diffusion Theory*)

Menurut Everett M. Rogers (1983) dalam buku karangannya yang berjudul *Diffusion of Innovation*, difusi adalah metode inovasi yang digunakan guna menghubungkan komunikasi antara anggota sistem sosial dari waktu ke waktu. Dalam susunan dan manfaat sistem sosial, difusi dianggap sebagai suatu perubahan. Diadopsinya suatu inovasi teknologi oleh individu tertentu menjadi tujuan utama difusi (Yuniarti, 2019).

### 3) *Teori Of Planned Behavior* (TPB)

*Teori Of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (1985) dikembangkan, pada teori ini berkonsentrasi pada aspek yang melatarbelakangi perilaku aktual seseorang. Teori ini menjelaskan bahwa minat individual dalam menggunakan teknologi dapat dipengaruhi oleh kepercayaan dan resiko. Teori ini menjelaskan keterkaitan perilaku pemakaian dalam penggunaan teknologi. Kelebihan dari teori ini adalah dapat menganalisis individu saat tidak dapat mengontrol perilaku. Terdapat empat variabel perilaku dalam penelitian ini, yaitu: sikap, kontrol perilaku yang dirasakan dan norma-norma subjektif (Lucyanda, 2010).

## 2. Financial Technology (FinTech)

*Financial technology* (Fintech) mengacu kepada *National Digital Research* (NDR) yaitu suatu jasa keuangan atau *financial* yang melakukan inovasi dalam hal keuangan. Inovasi ini memadukan antara keuangan dan teknologi modern. Sehingga dapat dikatakan bahwa fintech merupakan upaya yang dapat digunakan untuk menggunakan teknologi setinggi-tingginya guna mempercepat dan memperkuat beragam sistem pelayanan keuangan agar semakin cepat, aman, dan praktis. Berbagai metode yang dapat ditawarkan fintech adalah metode pembayaran, pinjaman, pengelolaan aset, serta transfer (Yudhira, 2020).

Menurut Bank Indonesia, *financial technology* adalah cara kombinas antara jasa keuangan dan teknologi modern yang merubah model pasar bisnis tradisional (pembayaran dengan uang tunai dan transaksi dilakukan secara langsung) menjadi model bisnis modern (transaksi dilakukan dengan tidak langsung dan pembayaran dilakukan dengan online) (Yudhira, 2020).

Diketahui cikal bakal Fintech dimulai sejak ratusan tahun lalu, tepatnya tahun 1866-an, generasi pertama ini lebih dikenal dengan sebutan “FinTech 1.0”. Meskipun begitu istilah Fintech mulai populer saat teknologi informasi berkembang (Abdillah, 2020). Berikut ringkasan evolusi teknologi keuangan:

**Tabel 2.1. Perkembangan Fintech**

Sumber: Buku Tren Teknologi Masa Depan (Abdillah, 2020)

Generasi	Periode	Catatan	Produk/Aplikasi
FinTech 1.0	1866 – 1987	Dari paralel ke digital	- Kabel trans atlantik - Telepon kabel
FinTech 2.0	1987 – 2008	Kemajuan dari tradisional ke jasa keuangan digital	- Perdagangan saham elektronik - Komputer mainframe bank
FinTech 3.0 FinTech 3.5	2009 - sekarang	Demokratisasi keuangan digital jasa pasar berkembang	- StarsUp - Aplikasi pembayaran - Dompot seller - Blockchain - Cryptocurrency

Perkembangan *financial technology* dapat dikatakan masih ketertinggalan, dibanding dengan Disruption yang sudah ditingkat “Disruption 4.0” dan akan menuju tingkat “Disruption 5.0”. Sedangkan *financial technology* saat ini masih berada pada tingkat “Fintech 3.5” dengan highlight dari Startups.

**Gambar 2.1. Sejarah Fintech**

Sumber: Buku Tren Teknologi Masa Depan (Abdillah, 2020)

Terdapat komposisi penyusun dalam ekosistem fintech yang berhubungan dengan pemangku kepentingan dan 5 atribut inti dalam ekosistem fintech.

Atribut ekosistem fintech antara lain :

1. *Demand*

*Demand* berhubungan langsung terkait permintaan seluruh pelanggan seperti konsumen (*individuals*), lembaga keuangan (*financial institutions*), dan perusahaan (*corporations SMES*). Konsumen utama dalam hal ini adalah para generasi milenial dan juga generasi Z yang cenderung lebih banyak menggunakan fintech dalam bertransaksi.

2. *Talent*

*Talent* berhubungan langsung terkait perusahaan teknologi (*technology companies*), kewirausahaan (*entrepreneurs*), dan layanan keuangan.

3. *Solutions*

*Solutions* atau solusi merupakan jalan keluar dari berbagai kendala dari transaksi tradisional yang selama ini muncul, solusi tersebut berkaitan dengan produk, pengenalan teknologi, layanan dan proses baru. Dengan ini diharapkan transaksi menjadi lebih fleksibel, mudah, aman, bervariasi dan kompetitif.

4. *Capital*

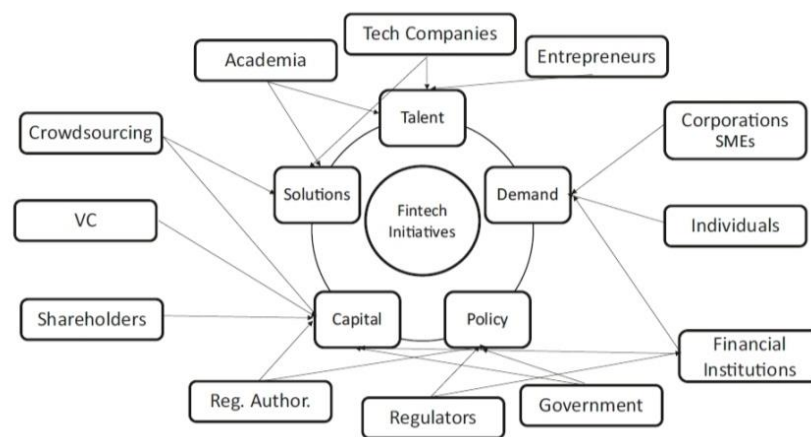
*Capital* berkaitan dengan aliran dana yang dibutuhkan perusahaan startup dan internal inisiatif untuk mengembangkan usahanya. Sumber daya keuangan yang dibutuhkan tersebut relatif dalam jumlah yang



besar, cepat, dan dapat dipertanggung jawabkan. Alternatif *capital* yang cepat dan transparan tersebut mampu fintech sediakan.

#### 5. Policy

*Policy* berkaitan dengan aturan kebijakan pemerintah yang mengatur tentang fintech dalam berbagai bidang seperti bidang regulasi, inovatif inisiatif dan perpajakan.



**Gambar 2.2. Ekosistem Fintech**

Sumber: Buku Tren Teknologi Masa Depan (Abdillah, 2020)

Menurut *Financial Stability Board* (FSB) fintech dikelompokkan menjadi beberapa kategori oleh para instansi. Pembagian kategori ini berdasarkan fungsi ekonomi, ke lima kategori tersebut adalah :

1. Pembayaran, kliring dan penyelesaian.
2. Deposito, pinjaman dan peningkatan modal.
3. Asuransi.

4. Manajemen investasi.
5. Dukungan pasar.



**Gambar 2.3. Klasifikasi Inovasi FinTech**

Sumber: Buku Tren Teknologi Masa Depan (Abdillah, 2020)

Sedangkan Bank Indonesia membagi 5 kategori fintech menjadi 5 yaitu:

1. Sistem pembayaran.
2. Pendukung pasar.
3. Manajemen investasi dan manajemen resiko.
4. Pinjaman, pembiayaan, dan penyediaan modal.
5. Jasa financial lainnya.

Selanjutnya, pada penelitian Ernst and Young, kategori fintech terbagi menjadi 5 kategori yaitu :

1. Transfer dan pembayaran uang.
2. Penganggaran dan perencanaan keuangan.
3. Tabungan dan investasi.
4. Pinjaman.
5. Asuransi.

Dari penelitian tersebut diketahui ranking dari kategori fintech kurun waktu 2015 sampai 2019 adalah sebagai berikut :



**Gambar 2.4. Ranking Kategori FinTech 2015-2019**

Sumber: Buku Tren Teknologi Masa Depan (Abdillah, 2020)

### 3. Adopsi Teknologi Informasi

Teknologi Informasi (TI) di Indonesia berkembang sangat baik serta memberikan dampak positif kepada peningkatan ekonomi secara nasional. Para entitas bisnis di sektor industri maupun ritel terus berupaya mengembangkan aktivitas bisnisnya. Hal tersebut menciptakan lapangan

kerja, keberhasilan pembangunan dan stabilitas politik. Dewasa ini berbagai aktivitas dalam kehidupan sehari-hari tak terlepas dari teknologi, dengan teknologi hal tersebut dapat dilakukan dengan cepat, tepat, akurat dan relevan termasuk dalam hal pelayanan bisnis dan jasa keuangan. Sehingga para entitas bisnis dapat mengelola informasi akuntansi tersebut dengan menggunakan perangkat lunak (*software*) (Eggers F, 2013)

Menurut (Bodnar, 1995) penerapan teknologi informasi (TI) berbasis komputer terbagi menjadi 3 yaitu: (1) perangkat keras (*hardware*), (2) pengguna (*brainware*), dan (3) perangkat lunak (*software*). Ketiganya saling terhubung dengan input output media sesuai fungsinya masing-masing. Sekarang ini dunia perbankan, startup serta *e-commerce* memanfaatkan teknologi informasi berbasis online. Nasabah (*user*) dapat melakukan transaksi dari mana dan kapan pun hanya dengan melalui teknologi komputer dan internet. Metode pembayaran atau transaksi yang dapat di gunakan beragam mulai dari *e-banking* dan yang paling diminati ialah *mobile apps* (Lucyanda, 2010).

Pemanfaatan teknologi informasi khususnya dalam hal layanan keuangan berpengaruh positif dalam meningkatkan kinerja beberapa divisi contohnya: komunikasi, produksi, pemasaran dan sumberdaya. Sehingga dapat meningkatkan pemanfaatan komprehensif perusahaan dan manajemen keuangan dengan baik (Asrul Sani, 2020).

#### 4. Pandemi Covid-19

*Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) merupakan keluarga besar dari virus yang telah teridentifikasi sebelumnya seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Pemicu COVID-19 ini dikenal dengan nama Sars-CoV-2. Diketahui virus corona ini menular dari hewan ke manusia seperti halnya keluarga virus corona lainya seperti SARS ditularkan dari luwak ke manusia dan MERS ditularkan dari unta ke manusia. Sedangkan hewan yang menularkan Covid-19 ke manusia belum dapat dikenali (Dedi Junaedi, 2020).

Wabah Covid-19 awal muncul di Wuhan, Cina tanggal 31 Desember 2019. Saat itu diungkapkan oleh WHO China Country Office bahwa adanya penemuan pneumonia yang etiologinya belum diketahui. Pada 7 Januari 2020 pneumonia yang etiologinya tidak diketahui itu oleh Cina diidentifikasi sebagai jenis virus baru corona virus. Kenaikan kasus Covid-19 ini sangat cepat sampai persebarannya ke berbagai negara lainya. Sehingga pada 30 Januari 2020, Public Health Emergency of International Concern (PHEIC) ditetapkan oleh WHO (Dedi Junaedi, 2020).

#### 5. Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang terlahir dalam jangka waktu antara tahun 1994 sampai tahun 2009 (Anna Hid Vegi, 2016). Sampai tahun 2021 usia tertua dari generasi Z adalah 27 tahun. Generasi ini sangat terpengaruh oleh perkembangan internet dan teknologi informasi (Cruz,

2016). Sehingga tingkat pendidikan, penggunaan dan keberagaman generasi Z sangat tinggi. Generasi Z merupakan generasi informasi dan media sosial serta internet telah menjadi alat guna terbukanya semua batasan informasi. Dalam pencarian informasi pembelian, *online source* menjadi terminologi terpenting (Anna Hid Vegi, 2016). Serta dalam mencari informasi, generasi Z sangat minim dalam menggunakan media cetak. Dalam sehari-hari generasi Z tidak dapat terlepas dari internet. Generasi Z memiliki lima kunci karakter yang menonjol, salah satunya ialah sebagai generasi social media. Sehingga generasi Z juga kerap kali disebut dengan iGeneration dan Generasi Net (generasi internet) yaitu generasi yang lahir saat masa digital. Selain itu, generasi Z juga kerap disebut sebagai "*the future digital natives*" Yaitu generasi yang hidup dalam ketergantungan pada teknologi digital (Giovanni Santoso, 2018).

Generasi Z memberikan peluang yang sangat besar bagi para penyedia jasa pembayaran secara daring karena dianggap dapat menentukan pilihan sendiri. Dalam kehidupan sehari-hari generasi Z tidak terlepas dari internet, sehingga menganggap internet sebagai media yang sangat penting. Salah satu contohnya adalah, generasi Z menganggap dengan melakukan pembelian secara daring dapat lebih cepat dan mudah (Marry Rani Thomas, 2018). Sebanyak 99,34% generasi Z di Hungaria setiap hari menggunakan internet, sebanyak 82,1% menjadikan internet sebagai sumber informasi pembelian dan sebanyak 30,4% generasi Z

melakukan pembelian dan pembayaran secara daring/online (Anna Hid Vegi, 2016).

## 6. Kemudahan

Kemudahan penggunaan adalah kepercayaan individu bahwa dengan teknologi tertentu dapat menurunkan beban usaha dalam melakukan sesuatu hal. Dapat dibayangkan bahwa persepsi kemudahan dapat dijadikan sebagai cara dalam mengambil keputusan. Jadi individu akan percaya menggunakan sistem tersebut jika dirasa mudah dalam penggunaan (Setyo Ferry Wibowo, 2015).

Menurut (Bomil Suh, 2003) ukuran dari kemudahan yaitu: mudah dipahami, mudah dalam penggunaan, jelas dan mudah dimengerti. Menurut (Hung Kit Lui, 2003), dalam penelitian memaparkan terdapat 3 dimensi kepercayaan yaitu:

Sumber daya manusia itu sendiri terampil dan cekatan dalam menggunakan teknologi.

- 1) Teknologi yang ditawarkan mudah untuk dipahami.
- 2) Teknologi yang ditawarkan mudah untuk diaplikasikan.

## 7. Kepercayaan

Kepercayaan pengguna dapat dikatakan sebagai indikator psikologi pada kepercayaan dalam menggunakan transaksi di internet, memberi manfaat pada pengguna, menjaga komitmen dalam pelayanan. Kepercayaan pengguna ialah pengetahuan pengguna terkait suatu manfaat,

objek dan atributnya. Dapat dibilang bahwa sikap yang diambil pengguna terkait erat dengan pemahaman pengguna karena pengetahuan pengguna adalah kepercayaan pengguna. Kepercayaan pengguna berkaitan erat dengan kepercayaan bahwa suatu produk akan memberikan berbagai manfaat bagi pengguna (Setyo Ferry Wibowo, 2015)

*Trust* atau kepercayaan adalah keyakinan kedua belah pihak dalam menjalankan hubungan transaksi bahwa pihak yang telah diberi kepercayaan pasti akan melakukan kewajibannya sesuai yang diharapkan si pemberi kepercayaan dengan baik (Rofiq, 2007). (Juanda, 2020) dalam penelitiannya terdapat pengaruh positif terhadap kepercayaan penggunaan internet banking.

Kepercayaan sebagai perwakilan struktur-struktur kognitif informasi yang telah dikumpulkan, diproses, dan disintesis oleh individu serta penilaian-penilaian berbagai hasil yang berkaitan. Terdapat tiga faktor yang membuat individu percaya terhadap teknologi informasi, ketiga faktor tersebut yaitu: faktor institusional, individual dan sosial. Dalam penelitian sistem informasi, peran faktor institusional menjadi subjek yang menarik dalam mempengaruhi perilaku individu dalam menggunakan teknologi informasi (Andika Bayu Pratama, 2019).

## 8. Kegunaan

Menurut Adamson dan Shine 2003, Kegunaan adalah kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi dapat memajukan kinerja orang tersebut. Bisa dibilang kegunaan merupakan sebagai



kepercayaan individu bahwa suatu kinerja dapat ditingkatkan dengan menggunakan teknologi (Andika Bayu Pratama, 2019).

## 9. Kepuasan

Kepuasan pelanggan terhadap produk yang dikonsumsi merupakan resistensi sikap konsumen. Kepuasan konsumen merupakan kunci dari resistensi konsumen. Konsumen akan sangat puas jika kinerja atau hasil yang didapatkan melebihi dari harapan mereka. Kepuasan adalah perasaan individu dengan membandingkan antara ekspektasi dan hasil yang didapatkan. Konsumen atau individu akan merasa kecewa jika hasil yang didapatkan di bawah ekspektasi mereka. Namun konsumen akan merasa sangat puas apabila hasil yang dirasakan melebihi harapan mereka (Anang Sugara, 2017).

Dalam pembahasan ini adalah keputusan dalam menggunakan transaksi secara daring atau online oleh para pengguna fasilitas internet. Permasalahan dalam pembelian produk secara online ialah para konsumen tidak dapat memastikan pemenuhan harapan mereka sendiri. Karena dalam membeli produk secara online, barang tersebut tidak dapat dilihat langsung oleh konsumen maupun bertemu langsung dengan penjualnya. ICD dalam risetnya menyebutkan bahwa di Indonesia pada tahun 2012-2015 pasar *e-commerce* akan tumbuh 42%. Dibanding dengan negara tetangga lainnya, angka tersebut lebih tinggi dari pada Malaysia (14%), Filipina (28%) & dan Thailand (22%). Beberapa VC (*Venture Capital*) besar telah menanamkan sahamnya di perusahaan *e-commerce* Indonesia seperti

Lazada, Tokopedia, OLX, Berrybenka, Saqina, VIP Plaza, Bilna dan Ralali. VC besar itu diantaranya ialah Rocket Internet, Ideosource, Cyberagent dan East Ventures. Banyak perusahaan *e-commerce* di Indonesia yang mampu memanfaatkan peluang pasar sehingga menjadi perusahaan *e-commerce* yang sukses dan berhasil (Anang Sugara, 2017).

Konsep utama pada teori dan praktik pemasaran adalah kepuasan pelanggan, serta menjadi tujuan utama pula bagi aktivitas bisnis. Dalam kualitas produk, kepuasan konsumen menduduki peranan yang penting. Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur bagi produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Kepuasan adalah penilaian tingkat kenikmatan dari sebuah pelayanan yang didapatkan. Kepuasan (*satisfaction*) merupakan tingkat perasaan individu setelah membandingkan antara harapan dan hasil yang mereka dapatkan. Konsumen merasa tidak akan puas jika mana yang didapatkan tidak setara dengan ekspektasi mereka, serta konsumen merasa sangat puas jika hasil yang didapatkan setara dengan ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen berkaitan erat dengan kinerja perusahaan karena perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan layanan perusahaan itu sendiri (Anang Sugara, 2017).

#### B. Penelitian terdahulu

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Variabel	Metode, Sampel, Alat dan Tools	Hasil
1.	(Muhammad, 2018)	<b>Variabel Independen</b> Persepsi	-Pelanggan Gojek yang telah menggunakan	1.Persepsi kegunaan, Persepsi kemudahan dan Persepsi

## Lanjutan

2.	(Setyo Ferry Wibowo, 2015)	<b>Variabel Independen</b> persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan  <b>Variabel Dependen</b> minat menggunakan e-money card	Pengunjung toko retail kosmetik yang berada di ITC Kuningan dan mall kota Kasablanka sejumlah 200 responden.  -Analisis menggunakan SPSS 16.0  -Purposive sampling	Terdapat pengaruh positif pada persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap penggunaan e-money card. terhadap minat menggunakan sistem pembayaran Go-pay.
3.	(Ananda, 2019)	<b>Variabel Independen</b> Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan dan persepsi kompatibilitas.	Pengguna layanan mobile payment di Bandung, Jakarta dan Yogyakarta sejumlah 639 responden.  -Analisis menggunakan PLS	Persepsi kegunaan, Persepsi kemudahan, Persepsi keamanan, Persepsi kompatibilitas, Sikap menggunakan berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku pada mobile payment.

Lanjutan

		<b>Variabel Dependen</b>  terhadap intensi menggunaka n layanan mobile payment		
4.	(Tero Pikkaraine n, 2004)	<b>Variabel Independen</b>  Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan informasi dari online banking, keamanan dan privasi kualitas dari koneksi internet.  <b>Variabel Dependen</b>  Penggunaan online banking.	-Pengguna online banking di Finlandia sejumlah 268 responden.  -Alat analisis menggunakan SPSS.	1.Terdapat pengaruh positif pada persepsi kegunaan dan informasi terhadap penggunaan M banking.  2.Persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, keamanan dan privasi tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Mbanking.
5.	(Ren- Zhong Guo, 2009)	<b>Variabel Independen</b>  Persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, kualitas informasi dan	Manajer TI dari 500 perusahaan besar sebanyak 151 responden.  Menggunakan alat uji validitas dan reabilitas serta dengan tools	Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan. Tetapi kualitas informasi tidak berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.

## Lanjutan

		task technology fit. <b>Variabel Dependen</b> Niat perilaku	SPSS.	
6.	(Dimitrios Maditinos, 2013)	<b>Variabel Independen</b> Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, kualitas koneksi internet, resiko kinerja, resiko sosio teknis, dan resiko keamanan.  <b>Variabel Dependen</b> Niat menggunakan internet banking	-Pegguna internet banking di Yunani sejumlah 213 responden.  -Alat analisis menggunakan GoF dan tools SPSS.  -Alat uji menggunakan uji validitas dan reliabilitas,	Persepsi kegunaan, Persepsi kemudahan, Persepsi kemudahan risiko kinerja dan persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan internet banking.
7.	(Kusuma, 2016)	<b>Variabel Independen</b> Kepercayaan, keamanan, kualitas layanan dan persepsi resiko	-Konsumen yang telah berbelanja di Tokopedia sejumlah 96 responden.  -Alat uji menggunakan regresi berganda, kualitas data, uji t,	Kepercayaan, keamanan, kualitas layanan dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian online.

Lanjutan

		<b>Variabel Dependen</b>  Keputusan pembelian online	uji F,  -Alat analisis menggunakan SPSS.	
8.	(Salimon, 2017)	<b>Variabel Independen</b>  Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan  <b>Variabel Dependen</b>  Penggunaan e-banking	Pengguna e- banking di Nigeria sebanyak 382 responden.  Penelitian menggunakan alat uji realibilitas dan validitas serta menggunakan tools smartPLS.	Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan motivasi hedonic berpengaruh positif terhadap penggunaan e- banking.  -Persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap penggunaan e- banking.

### C. Kerangka Pemikiran dan Rumusan Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, dengan menggunakan dasar teori TAM (*Technology Acceptance Model*), Teori IDT (*Innovation Diffusion Theory*) dan teori TPB (*Theory Of Planned Behavior*). Variabel independen yang terdapat dalam penelitian ini antara lain: kemudahan, kepercayaan, kegunaan dan kepuasan, sedangkan variabel dependen yang terdapat dalam penelitian ini yaitu penggunaan *financial technology*. Maka akan dilakukan penelitian mengenai “pengaruh kemudahan, kepercayaan, kegunaan dan kepuasan terhadap penggunaan *financial technology* (FinTech) di masa pademi Covid-19 (Studi kasus pada generasi Z)”

Rumusan hipotesis pada penelitian ini yaitu:

1. Kemudahan terhadap penggunaan *financial technology*

Perilaku individu dalam menggunakan teknologi berhubungan dengan persepsi kemudahan. Persepsi kemudahan adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan penggunaan teknologi dapat memperingan pekerjaan mereka. Jadi semakin besar persepsi individu terhadap kemudahan penggunaan sistem maka semakin besar pula penggunaan teknologi yang digunakan (Brian Dwi Saputro, 2013).

Kemudahan penggunaan adalah persepsi individu terkait sulit atau mudahnya suatu inovasi teknologi digunakan. Hsu 2007 dalam hasil penelitiannya memaparkan bahwa kemudahan menggunakan suatu teknologi berpengaruh signifikan terhadap *mobile banking* oleh *user*. Kusuma dan Susilowati, 2008 dalam penelitiannya menjelaskan bahwa adanya pengaruh yang signifikan pada persepsi kemudahan terhadap penggunaan *internet banking* (Yuniarti, 2019).

Menurut Saputro, Sukirno (2013) dalam (Setyo Ferry Wibowo, 2015) buku penelitiannya hal 5 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan terhadap perilaku penggunaan *internet Banking* berpengaruh positif atau signifikan. Menurut (Muhammad, 2018) pada penelitiannya menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang cukup signifikan terhadap penggunaan Go-pay pada persepsi kemudahan.

Menurut (Setyo Ferry Wibowo, 2015) dalam penelitiannya menunjukkan bahwasannya persepsi kemudahan berpengaruh positif kepada perilaku menggunakan e-money card. Menurut (Ananda, 2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif pada persepsi kemudahan kepada perilaku pada sistem mobile payment. Berdasarkan studi yang dipaparkan diatas, maka hipotesis alternatif dalam penelitian ini sebagai berikut:

**H1 : Diduga kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *financial technology*.**

2. Kepercayaan terhadap penggunaan *financial technology*

Keputusan individu untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh kepercayaan individu terhadap produk, perusahaan dan tenaga kerja. Dalam adopsi inovasi teknologi, kepercayaan menjadi faktor eksternal dalam persepsi kegunaan dan kemudahan. Sehingga dalam transaksi secara online kepercayaan menjadi faktor penting (Hesty Aksari Juanita, 2015)

Dalam penelitiannya menjelaskan bahwa adanya pengaruh yang signifikan pada persepsi kepercayaan atas perilaku penggunaan *internet banking* (Andika Bayu Pratama, 2019). Dalam penelitiannya juga berpendapat bahwa adanya pengaruh yang signifikan pada persepsi kepercayaan atas perilaku menggunakan *e-commerce* (Artha, 2011). Menurut (Setyo Ferry Wibowo, 2015) dalam buku penelitiannya menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan pada kepercayaan atas perilaku menggunakan



*internet banking*. Berdasarkan studi yang dipaparkan diatas, maka hipotesis alternatif dalam penelitian ini sebagai berikut:

**H2 : Diduga Kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *financial technology*.**

3. Kegunaan terhadap penggunaan *financial technology*

Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) adalah rasa percaya individu bahwa kinerja pekerjaanya akan meningkat apabila menggunakan suatu teknolog tertentu. Persepsi kegunaan adalah tolak ukur kepercayaan individu bahwa dengan penggunaan teknologi maka kinerja dapat meningkat (Yuniarti, 2019).

(Hung Kit Lui, 2003) pada penelitiannya menyebutkan bahwa persepsi kegunaan berdampak signifikan atas perilaku penggunaan *e-commerce*. (Bomil Suh, 2003) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif pada persepsi kegunaan seseorang atas perilaku penggunaan *internet banking*. Menurut (Ananda, 2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh positif pada persepsi kegunaan atas perilaku pada sistem mobile payment.

Menurut (Tero Pikkarainen, 2004) dalam penelitiannya menjelaskan bahwasanya persepsi kegunaan berpengaruh signifikan atas penggunaan online banking. Sedangkan menurut (Ren-Zong Kuo, 2009) dalam penelitiannya yang berjudul “ Persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, kualitas informasi dan

*task technology* terhadap niat dalam penggunaan *internet banking*” menunjukkan bahwasanya terdapat pengaruh signifikan pada persepsi kegunaan atas niat dalam menggunakan *internet banking*. Berdasarkan studi yang dipaparkan diatas, maka hipotesis alternatif dalam penelitian ini sebagai berikut:

**H3 : Diduga kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan *financial technology*.**

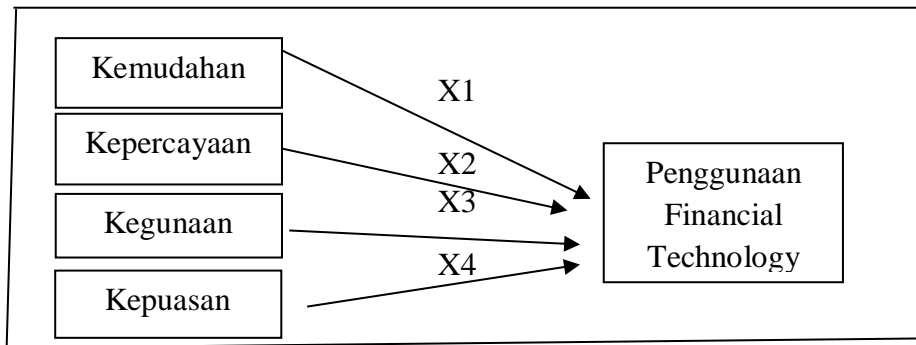
4. Kepuasan terhadap penggunaan *financial technology*

Kepuasan (*satisfaction*) merupakan tingkat perasaan individu setelah membandingkan antara harapan dan hasil yang mereka dapatkan. Konsumen merasa tidak cukup puas jika hasil yang didapatkan oleh mereka tidak sesuai dengan ekspektasi, serta konsumen merasa sangat puas jika hasil yang didapatkan melebihi ekspektasi mereka (Anang Sugara, 2017).

Kepuasan berpengaruh terhadap penggunaan penggunaan sistem pembayaran online pada konsumen “Z”. Oleh karena itu, maka kenaikan kepuasan konsumen dapat menaikkan penggunaan sistem pembayaran online juga (Ahmad Ardiansyah, 2016). Berdasarkan studi yang dipaparkan diatas, maka hipotesis alternatif dalam penelitian ini sebagai berikut:

**H4 : Diduga kepuasan berpengaruh terhadap penggunaan *financial technology*.**

**Tabel 2.3 Kerangka Pemikiran**



Keterangan :

—————> = Pengaruh Secara Parsial

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode yg digunakan guna menjelaskan serta mewakili kejadian, pandangan dan sikap yang terjadi sekarang. Perbedaan dua kondisi, variabel yang saling berhubungan serta fakta-fakta lainnya (Sugiyono, 2012).

Metode kuantitatif merupakan metode survei yang teknik penyebarannya menggunakan kuesioner. Responden yang dapat mengisi kuesioner ini merupakan para generasi Z.

#### **B. Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian yang digunakan adalah para generasi Z di Kota Tegal, Jawa Tengah. Generasi Z sendiri adalah sekelompok orang yang lahir dalam jangka waktu antara tahun 1994 sampai tahun 2009 (Anna Hid Vegi, 2016).

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

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

Semua objek yang akan digunakan peneliti merupakan populasi penelitian (Hadi, 2019). Dalam penelitian ini, populasinya adalah generasi

Z di Kota Tegal, Jawa Tengah yang telah menggunakan layanan transaksi online atau *financial technology*. Generasi Z sendiri merupakan generasi yang lahir dalam jangka waktu antara tahun 1994 sampai tahun 2009 (Anna Hid Vegi, 2016). Sampai tahun 2021, umur tertua dari generasi ini yaitu 27 tahun (Cruz, 2016). Pemilihan generasi Z dipenelitian ini karena karena generasi Z adalah generasi yang cekatan dalam menggunakan teknologi serta menggunakan internet dalam aktivitas sehari-hari, contohnya adalah dalam menggunakan *financial technology*.

## 2. Sampel

Sampel merupakan *fragmen* dari suatu populasi yang terdapat karakter sama dan menjadi tujuan penelitian. Total sampel yang akan dipergunakan peneliti sejumlah 100 sampel yang terdiri dari mahasiswa/i serta karyawan/i.

## D. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel

### 1. Definisi Konseptual

#### a. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen/variabel terikat yang digunakan adalah penggunaan *Financial Technology* (FinTech). *Financial technology* (Fintech) mengacu kepada *National Digital Research* (NDR) adalah jasa keuangan atau *financial* yang melakukan inovasi dalam hal keuangan. Inovasi ini memadukan keuangan dan teknologi terkini. Sehingga dapat dikatakan bahwa fintech merupakan upaya yang dapat digunakan untuk penggunaan

teknologi setinggi-tingginya guna mempercepat dan memperkuat sistem layanan keuangan agar semakin cepat, aman, dan praktis. Berbagai metode yang dapat ditawarkan fintech adalah metode pembayaran, pinjaman, pengelolaan aset, serta transfer (Yudhira, 2020).

Menurut Bank Indonesia, *financial technology* adalah pencampuran jasa keuangan dan teknologi modern yang mengganti bentuk bisnis tradisional (pembayaran dengan uang tunai dan transaksi dilakukan secara langsung) menjadi model bisnis modern (transaksi dilakukan dengan tidak langsung dan pembayaran dilakukan dengan online) (Yudhira, 2020).

b. Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen yang diteliti adalah: kemudahan, kepercayaan, kegunaan dan kepuasan. Berikut penjelasan variabel independennya:

a) Kemudahan (X1)

Kemudahan penggunaan adalah kepercayaan individu bahwa dengan suatu teknologi dapat mengurangi beban usaha dalam melakukan sesuatu hal. Dapat dibayangkan bahwa persepsi kemudahan dapat dijadikan sebagai proses mengambil keputusan. Jadi seseorang akan percaya menggunakan sistem informasi jika dirasa mudah digunakan (Setyo Ferry Wibowo, 2015).

b) Kepercayaan (X2)

Kepercayaan sebagai perwakilan struktur-struktur kognitif informasi yang telah dikumpulkan, diproses, dan disintesis oleh individu serta penilaian-penilaian berbagai hasil yang berkaitan. Terdapat tiga faktor yang membuat individu percaya terhadap teknologi informasi, ketiga faktor tersebut yaitu: faktor institusional, individual dan sosial. Dalam penelitian sistem informasi, peran faktor institusional menjadi subjek yang menarik dalam mempengaruhi perilaku individu dalam menggunakan teknologi informasi (Andika Bayu Pratama, 2019).

c) Kegunaan (X3)

Menurut Adamson dan Shine (2003) Kegunaan adalah suatu tingkat rasa percaya seseorang terkait dengan penggunaan teknologi dapat menambah kinerja orang tersebut. Kegunaan dapat dibidang sebagai kepercayaan individu bahwa suatu kinerja dapat ditingkatkan dengan menggunakan teknologi (Yuniarti, 2019).

d) Kepuasan (X4)

Kepuasan pelanggan terhadap produk yang dikonsumsi merupakan resistensi sikap konsumen. Kepuasan konsumen merupakan kunci dari resistensi konsumen. Konsumen akan sangat puas jika kinerja atau hasil yang didapatkan melebihi dari

harapan mereka. Kepuasan adalah perasaan individu dengan membandingkan antara ekspektasi dan hasil yang didapatkan. Konsumen atau individu akan kecewa apabila hasil yang didapatkan tidak sesuai ekspektasi mereka. Namun konsumen akan merasa sangat puas apabila hasil yang dirasakan melebihi harapan mereka (Anang Sugara, 2017)

## 2. Operasional Variabel

**Tabel 3.1. Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skala Pengukuran
Penggunaan Financial Technology (Y)	Stimulus	Fitur yang ditawarkan	1	Interval
	Individu	Kemudahan penggunaan	2	
	Individu	Penawaran menarik.	3	
	Individu	Kebutuhan pengguna	4	
Kemudahan (x1)	Kelebihan	Mudah digunakan.	1	Interval
	Individu	Mudah menentukan cara menggunakan layanan financial technology	2	
	Individu	Mudah dalam melakukan Top-Up	3	
	Individu	Mudah untuk mendapatkan layanan financial technology	4	
kepercayaan	Individu	Aman digunakan	1	Interval



Lanjutan

(X2)	Individu	Memberikan jasa pelayanan sesuai yang mereka janjikan.	2	
	Individu	dapat dipercaya	3	
	Individu	dapat menjaga data konsumen dengan baik.	4	
	Kredibilitas	Memiliki reputasi yang baik dan dapat dipercaya.	5	
Kegunaan (X3)	Daya tarik	Pembayaran/peminjaman lebih cepat	1	Interval
	Daya tarik	Meningkatkan efektivitas pembayaran	2	
	Daya tarik	Memudahkan melakukan transaksi pembayaran / peminjaman.	3	
	Daya tarik	Memberikan keuntungan dalam melakukan transaksi pembayaran (contoh: diskon, cashback)	4	
Kepuasan (X4)	Daya tarik	Tidak menemukan masalah dalam bertransaksi	1	Interval
	Daya tarik	Keseluruhan layanan mampu memenuhi ekspektasi	2	
	Daya tarik	Merupakan solusi transaksi	3	

			Lanjutan	
	Daya tarik	Puas dengan layanan financial technology.	4	

#### E. Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah dengan mengirim kuesioner secara daring melalui Google Form. Kuesioner adalah pertanyaan/pernyataan yang oleh peneliti telah disiapkan guna meminta jawaban dari responden (Hadi, 2019) Responden yang diminta mengisi kuesioner ialah para generasi Z. Kuesioner akan disebarakan sebanyak-banyaknya oleh peneliti.

Terdapat 2 bagian dari kuesioner akan disebarakan, yaitu sebagai berikut:

1. Berisikan data pribadi responden yang oleh peneliti akan dijaga kerahasiaanya.
2. Berisikan indikator-indikator guna menguji variabel yang diteliti.

Teknik pengumpulan sampel menggunakan skala Likert. Tujuan penggunaan skala likert ini yaitu guna mengatur persepsi, sikap dan pendapat individu terhadap fenomena tertentu. Dengan menggunakan skala likert, variabel yang digunakan diuji dan diuraikan membentuk indikator guna menyusun butir-butir instrumen yang berbentuk pernyataan. Berikut skala likert yang digunakan dalam menyusun kuesioner (Sugiyono, 2010)

1. Sangat setuju (SS) diberi skor 5
2. Setuju (S) diberi skor 4

3. Kurang Setuju (KS) diberi skor 3
4. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

## F. Metode Analisis Data

### 1. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Menurut (Arikunto, 2010) validitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan suatu instrumen. Saat variabel yang diteliti terungkap tentang hal yang diinginkan maka instrumen tersebut valid. Dalam penelitian ini, guna mengukur korelasi hubungan antara item dan skor item maka digunakan korelasi *product moment*:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

$\sum xy$  = Jumlah hasil perkalian skor butir dengan skor total

$\sum x$  = Jumlah skor butir

$\sum x^2$  = Jumlah skor butir kuadrat

$\sum y$  = Jumlah skor total

$\sum y^2$  = Jumlah skor total kuadrat

Validitas dari setiap pertanyaan akan diketahui melalui perhitungan tersebut. Apabila nilai thitung  $>$  ttabel, maka pernyataan pada kuesioner tersebut dapat dikatakan valid tetapi apabila nilai thitung  $<$  ttabel, maka pernyataan kuesioner tersebut dapat dikatakan tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat yang digunakan guna mengukur kekonsistenan jawaban yang diberikan responden saat mengisi pertanyaan kuesioner. Saat jawaban yang diberikan responden dinilai konsisten dari awal hingga akhir maka dapat dikatakan bahwa kuesioner tersebut reliabel (Ghozali, 2018:45). Dalam penelitian ini, guna mengukur reliabilitas instrumen penelitian maka digunakan *Cronbach's Alpha*  $>0,70$ . Berikut merupakan rumus *Cronbach's Alpha*:

$$r = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{M(k-M)}{kS_i^2} \right]$$

(Sugiyono, 2012) : 186

Keterangan:

$r$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan dalam kuesioner

$M$  = Mean skor total

$S_i^2$  = Jumlah varians total

Reliabilitas instrumen dari setiap pertanyaan kuesioner akan didapatkan dari perhitungan tersebut.

## 2. Uji Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2018:19) analisis deskriptif adalah suatu analisis yang digunakan guna menjelaskan terkait nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, nilai maksimum dan nilai minimum. Dengan begitu, tujuan dari analisis deskriptif pada penelitian ini guna memberikan sebuah gambaran dan karakteristik terkait data sample yang digunakan dalam penelitian ini.

## 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan data primer, sehingga akan menghasilkan data sesuai keadaan yang sebenarnya.

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

Penjelasan terkait pengujian diatas adalah sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu pengujian guna mengetahui kenormalan suatu distribusi data. Uji normalitas bertujuan guna menguji normal atau tidaknya variabel independen (bebas) dan

variabel dependen (terikat) (Ghozali, 2018:161). Jika nilai residual tidak terdistribusi normal maka uji statistik yang dilakukan menjadi tidak valid.

Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan cara melihat nilai signifikan berdasarkan *Kolmogorov-Smirnov* (Prihadi 2019:20).

Uji K-S ini dilakukan dengan melihat nilai probabilitasnya, dengan ketentuan jika hasil yang diperoleh dari *Kolmogorov-Smirnov* memperlihatkan nilai signifikan diatas 0,05 maka data residual terdistribusi dengan normal. Tetapi jika hasil *Kolmogorov-Smirnov* memperlihatkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data residual terdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari Uji multikolinearitas adalah guna mengetahui dan menguji suatu model regresi ini apakah telah diketahui adanya korelasi atau hubungan antar variabel bebas (Ghozali, 2018:107). Apabila dalam suatu hasil tidak terdapat suatu masalah multikolinearitas maka model regresi dapat dikatakan baik (Darwis, 2015). Untuk mengetahui suatu korelasi multikolinearitas terdapat didalam model regresi, maka digunakan dengan cara melihat *Tolerance Value* dan *Inflation Factor* (VIF). Ketika *Tolerance Value*  $< 0,10$  atau sama dengan nilai *Variance Inflation Factor*  $> 10$ , maka bisa dikatakan terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, tidak

dikatakan terjadi multikolinieritas apabila tolerance value  $> 0,10$  atau sama dengan  $VIF < 10$ .

c. Uji Heteroskedastisitas

Fungsi uji heteroskedastisitas guna menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2018:137). Apabila dalam suatu *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas, tetapi jika sebaliknya dapat disebut Heteroskedastisitas. Apabila terjadi homoskedastisitas ataupun mempunyai syarat tidak adanya masalah pada suatu heteroskedastisitas maka suatu model regresi dapat dikatakan baik. Uji tersebut bisa dilakukan dengan menggunakan atau melihat pola-pola tertentu pada grafik atau sering disebut *scatter plot*. Ada dua dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas antara lain:

- a) Jika dalam suatu grafik terdapat pola tertentu seperti titik-titik (poin-poin) lalu membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar dan menyempit) bisa dikatakan itu terjadi heteroskedastisitas.
- b) Tetapi jika dalam suatu grafik tidak ditemukan pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah

angka nol pada sumbu y maka bisa simpulkan itu tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan adalah dengan penggunaan regresi linier berganda (*Multiple Linier Regression*) yang digunakan guna mencari tahu pengaruh kemudahan, kepercayaan, kegunaan dan kepuasan terhadap penggunaan *financial technology*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model regresi dirumuskan dengan persamaan antara lain :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Penggunaan *Financial Technology*

$\alpha$  : Konstanta

$b_1$ - $b_4$  : Koefisien regresi untuk masing-masing variabel X

$X_1$  : Kemudahan

$X_2$  : Kepercayaan

$X_3$  : Kemudahan

$X_4$  : Kepuasan

$e$  : *Error*



## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Guna menguji dan membandingkan rata nilai sampel dan nilai lainnya maka digunakan Uji t. Guna mencari tahu tingkat signifikan variabel independen atas variabel dependen sehingga dilakukan uji t (Ghozali, 2018:98-99). Pengujian hipotesis ini menggunakan sistem program SPSS, dengan membandingkan signifikansi hitung variabel bebas dengan variabel  $\alpha = 2,5\%$ . Kriteria hipotesis dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,025$  maka hipotesis tersebut ditolak.

Hal tersebut menunjukkan bahwasanya tidak adanya pengaruh yang signifikan diantara variabel independen atas variabel dependen secara parsial/langsung.

2. Jika nilai signifikan  $< 0,025$  maka hipotesis tersebut diterima.

Hal tersebut merujuk bahwasany terdapat adanya pengaruh yang signifikan diantara variabel independen atas variabel dependen secara parsial.

### a. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) merupakan koefisien yang memperlihatkan besaran persentase variabel independen bisa dijabarkan variabel dependen. Koefisien ini pergunaan guna mengetahui berapa besar dekat hubungan diantara variabel independen dan variabel dependen, apabila koefisien determinasinya

semakin besar maka variabel independennya semakin baik pula dalam memaparkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi diantara 0 dan 1. Setiap bertambah satu variabel independen maka akan menambah nilai  $R^2$  walaupun variabel independen tidak berpengaruh signifikan atas variabel dependen. Oleh sebab itu sebagian besar peneliti mengarahkan untuk digunakannya nilai *Adjusted*  $R^2$  untuk menilai bentuk regresi utama jika variabel independen tersebut lebih dari dua (Ghozali, 2018:97).

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### A. Gambaran Umum

*Financial technology* (Fintech) mengacu kepada *National Digital Research* (NDR) adalah jasa keuangan atau *financial* yang melakukan inovasi dalam hal keuangan. Inovasi ini memadukan diantara keuangan dan teknologi terkini. Sehingga dapat dikatakan bahwa fintech merupakan upaya yang dapat digunakan guna penggunaan teknologi setinggi-tingginya untuk mempercepat serta memperkuat berbagai sistem keuangan agar semakin cepat, aman, dan praktis. Berbagai metode yang dapat ditawarkan fintech adalah metode pembayaran, pinjaman, pengelolaan aset, serta transfer (Yudhira, 2020).

Menurut Bank Indonesia, *financial technology* merupakan cara mengkombinasikan diantara jasa keuangan dan teknologi modern yang merubah bentuk pasar bisnis tradisional (pembayaran dengan uang tunai dan transaksi dilakukan secara langsung) menjadi model bisnis modern (transaksi dilakukan dengan tidak langsung dan pembayaran dilakukan dengan online) (Yudhira, 2020).

#### B. Deskripsi Responden

Penelitian ini dilakukan pada generasi z di Kota Tegal, Jawa Tengah. Waktu penyebaran dan pengumpulan kuesioner dilakukan pada bulan Mei

sampai bulan Juni 2021. Selama kurun waktu tersebut, didapat hasil jawaban yang terkumpul sebanyak 100 responden. Hasil tersebut sehubungan dengan karakteristik responden berdasarkan pada jenis kelamin, umur, jenis pekerjaan dan status. Adapun data distribusi responden tersebut dipaparkan pada penjelasan di bawah ini:

#### 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Distribusi responden berdasarkan pada jenis kelamin dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Umur Responden	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	32	32%
Perempuan	68	68%
Jumlah	100	100%

*Sumber: Data primer, diolah tahun 2021.*

Dari data diatas, total sebanyak 100 responden yang menanggapi kuesioner penelitian tersebut. Menunjukkan bahwa responden laki-laki yang mengisi kuesioner penelitian ini sebanyak 32 orang atau sebesar 32%, sedangkan responden perempuan yang mengisi kuesioner penelitian ini sebanyak 68 orang atau sebesar 68%. Hal ini membuktikan bahwa generasi z di Kota Tegal yang menggunakan *financial technology* di mayoritas oleh perempuan, yang biasanya digunakan untuk berbelanja online dll. Akibatnya, frekuensi pengguna *financial technology* berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari pengguna *financial technology* berjenis kelamin laki-laki.

## 2. Responden Berdasarkan Usia

Distribusi responden berdasarkan pada usia dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Usia**

Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
18-20 Tahun	25	25%
21-25 Tahun	72	72%
>25 Tahun	3	3%
Jumlah	100	100%

*Sumber: Data primer, diolah tahun 2021.*

Dari data diatas, total sebanyak 100 responden yang menanggapi kuesioner penelitian tersebut. Menunjukkan bahwa persentase terbesar pengguna *financial technology* di Kota Tegal adalah usia 21-25 tahun, yaitu sebanyak 72 orang atau sebesar 72%. Sementara itu persentase terkecil pengguna *financial technology* di Kota Tegal adalah usia > 25 tahun, yaitu sebanyak 3 orang atau sebesar 3%. Responden dengan usia 18-20 tahun sebanyak 25 orang atau sebesar 25%. Hal ini menunjukkan bahwa generasi z di Kota Tegal yang menggunakan *financial technology* di mayoritas oleh usia 21-25 tahun. Hal tersebut dikarenakan pada usia tersebut adalah fase produktif di mana seseorang mulai memperoleh penghasilan dan juga memiliki ambisi guna membeli/memenuhi kebutuhan yang didasari ambisi pribadi dan juga trend.

### 3. Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Distribusi responden berdasarkan pada status pekerjaan dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Status Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	89	89%
Pegawai Swasta	7	7%
Wiraswasta	2	2%
Lainya	2	2%
Jumlah	100	100%

*Sumber: Data primer, diolah tahun 2021.*

Dari data diatas, total sebanyak 100 responden yang mengisi kuesioner penelitian ini. Menunjukkan bahwa persentase terbesar pengguna *financial technology* di Kota Tegal adalah para pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 89 orang atau sebesar 89%. Sedangkan persentase terkecil pengguna *financial technology* di Kota Tegal adalah para wiraswasta dan jenis pekerjaan lainnya yang masing-masing sama sebanyak 2 orang atau sebesar 2%. Dan responden yang berstatus pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 7 orang atau sebesar 7%. Hal ini membuktikan bahwasannya generasi z di Kota Tegal yang menggunakan *financial technology* di mayoritas oleh pelajar/mahasiswa. Hal tersebut disebabkan karena para pelajar/mahasiswa merupakan golongan yang memiliki gaya hidup yang cukup khas seperti tidak pernah jauh dari gadget, pengguna

media sosial yang aktif dan lebih menyukai pembayaran cashless dengan memanfaatkan sistem *financial technology*.

#### 4. Responden Berdasarkan Status

Distribusi responden berdasarkan pada status pekerjaan dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Status**

Status	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Menikah	4	4%
Belum Menikah	96	96%
Jumlah	100	100%

*Sumber: Data primer, diolah tahun 2021.*

Dari data diatas, total sebanyak 100 responden yang menanggapi kuesioner penelitian tersebut. Menunjukkan bahwa persentase terbesar pengguna *financial technology* di Kota Tegal berstatus belum menikah yaitu sebanyak 96 orang atau sebesar 96%. Sedangkan persentase terkecil pengguna *financial technology* di Kota Tegal berstatus telah menikah yaitu sebanyak 4 orang atau sebesar 4%. Hal ini membuktikan bahwa generasi z di Kota Tegal yang menggunakan *financial technology* di mayoritas oleh *single*/belum menikah. Hal tersebut sesuai dengan mayoritas pengguna *financial technology* di Kota Tegal yaitu para pelajar/mahasiswa seperti yang tertera pada penjelasan no 3 terkait responden berdasarkan status pekerjaan, dan sebagian besar memang para pelajar/mahasiswa belum menikah.

## 5. Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Fintech

Distribusi responden berdasarkan lama menggunakan fintech dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Fintech**

Lama Penggunaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
<1 Tahun	24	24%
1 s/d 3 Tahun	43	43%
3+ s/d 5 Tahun	24	24%
>5 Tahun	9	9%
Jumlah	100	100%

*Sumber: Data primer, diolah tahun 2021.*

Dari data diatas, total sebanyak 100 responden yang mengisi kuesioner penelitian ini. Menunjukkan bahwa persentase terbesar terkait lama pengguna *financial technology* di Kota Tegal yaitu sekitar 1 s/d 3 tahun sebanyak 43 orang atau sebesar 43%. Sementara itu persentase terkecil terkait lamanya penggunaan *financial technology* di Kota Tegal yaitu > 5 tahun sebanyak 9 orang atau sebesar 9%. Responden terkait lama penggunaan < 1 tahun dan 3+ s/d 5 tahun masing-masing sama sebanyak 24 orang atau sebesar 24%. Hal ini membuktikan bahwasannya generasi z di Kota Tegal yang menggunakan *financial technology* mayoritas telah menggunakannya selama 1 s/d 3 tahun. Hal tersebut disebabkan karena gaya hidup cashless memang sudah mulai marak sejak diperkenalkan uang digital (E-money) oleh industri perbankan di Indonesia sekitar tahun 2012 lalu.



## 6. Responden Berdasarkan Jenis Layanan Fintech

Distribusi responden berdasarkan jenis layanan menggunakan fintech dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.6. Responden Berdasarkan Jenis Layanan Fintech**

Jenis Fintech	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
M-banking	48	48%
T-cash	10	10%
Gopay	31	31%
Ovo	20	20%
Shopeepay	70	70%
Lainnya	14	14%

*Sumber: Data primer, diolah tahun 2021.*

## 7. Responden Berdasarkan Tingkat Penggunaan Dalam Sebulan

Distribusi responden berdasarkan tingkat penggunaan dalam sebulan menggunakan fintech dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.7. Responden Berdasarkan tingkat penggunaan**

Penggunaan Fintech	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
setiap hari	9	9%
1-2 Kali	37	37%
3-5 Kali	28	28%
>5 Kali	26	26%
Jumlah	100	100%

*Sumber: Data primer, diolah tahun 2021.*

Dari data diatas, total sebanyak 100 responden yang menanggapi kuesioner penelitian tersebut. Menunjukkan bahwa persentase terbesar terkait tingkat penggunaan *financial technology* dalam sebulan di Kota

Tegal yaitu 1- 2 kali dalam waktu sebulan sebanyak 37 orang atau sebesar 37%. Sedangkan persentase terkecil terkait tingkat penggunaan *financial technology* dalam sebulan di Kota Tegal yaitu setiap hari sebanyak 9 orang atau sebesar 9%. Responden dengan tingkat penggunaan *financial technology* 3-5 kali sebulan sebanyak 28 orang atau sebesar 28% dan >5 kali sebulan sebanyak 26 orang atau sebesar 26%. Hal ini menunjukkan bahwa generasi z di Kota Tegal yang menggunakan *financial technology* mayoritas telah menggunakannya 1-2 kali sebulan. Hal tersebut disebabkan karena semakin banyaknya fasilitas/layanan umum yang telah menyediakan sistem financial technology sehingga semakin memudahkan pengguna.

### C. Hasil Penelitian

#### 1. Uji Instrumen Penelitian

##### a. Uji Validasi Instrumen

Menurut (Arikunto, 2010) validasi yaitu alat yang digunakan untuk mengukur tingkat valid atau tidaknya suatu instrumen. Saat variabel yang diteliti terungkap tentang hal yang diinginkan maka instrumen tersebut valid. Dalam penelitian ini, guna mengukur korelasi hubungan antara item dan skor item maka digunakan korelasi *product moment*.

Validitas digunakan untuk menguji isi pernyataan apakah telah berimbang dengan indikator tiap-tiap variabel. Dalam penelitian kali ini, uji validitas yang digunakan yaitu teknik analisis butir, dengan menyesuaikan antara skor butir pernyataan dengan skor total.

Untuk menyimpulkan bahwa suatu pernyataan kuesioner dinyatakan valid atau tidak maka digunakan interpretasi terhadap koefisien. Yaitu apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pernyataan kuesioner tersebut dinyatakan valid, begitupun sebaliknya. Data responden yang digunakan dalam uji validitas berjumlah 30 orang. Adapun tingkat signifikansi  $r_{tabel}$  yaitu 5%, maka  $r_{tabel}$  sebesar 0,361.

a) Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X1)

**Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan**

No. Pernyataan	Perbandingan		Keterangan
	Rhitung	Rtabel	
1	0,860	0,361	Valid
2	0,904	0,361	Valid
3	0,831	0,361	Valid
4	0,802	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Berdasarkan hasil pengujian validasi di atas, kuesioner terdiri dari 4 pernyataan untuk variabel kemudahan kemudian dilakukan uji validitas terhadap 30 responden. Guna mengetahui butir pernyataan pada kuesioner valid atau tidak, maka digunakan tingkat signifikan 5% atau 0,05 dan  $N=30$  sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Setelah dilakukan pengujian dengan rumus satuan *Product Moment Coefficient of Correlation* dibantu aplikasi SPSS versi 22, diketahui bahwa 4 pernyataan kuesioner tersebut valid. Dengan melihat rumus uji validitas yaitu bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka 4

pernyataan kuesioner tersebut memadai guna digunakan sebagai pengumpulan data-data penelitian variabel kemudahan.

b) Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2)

**Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan**

No. Pernyataan	Perbandingan		Keterangan
	Rhitung	Rtabel	
1	0,738	0,361	Valid
2	0,714	0,361	Valid
3	0,760	0,361	Valid
4	0,755	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Terkait hasil pengujian validasi di atas, kuesioner terdiri dari 4 pernyataan untuk variabel kepercayaan kemudian dilakukan uji validitas terhadap 30 responden. Guna mengetahui butir pernyataan pada kuesioner valid atau tidak, maka digunakan tingkat signifikan 5% atau 0,05 dan  $N=30$  sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Setelah dilakukan pengujian dengan rumus *Product Moment Coefficient of Correlation* menggunakan aplikasi SPSS versi 22, diketahui bahwa 5 pernyataan kuesioner tersebut valid. Dengan melihat rumus uji validitas yaitu bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka 4 pernyataan kuesioner tersebut memadai guna digunakan dalam pengumpulan data-data penelitian variabel kepercayaan.

c) Hasil Uji Validitas Variabel Kegunaan (X3)

**Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Kegunaan**

No. Pernyataan	Perbandingan	Keterangan
----------------	--------------	------------

	Rhitung	Rtabel	
1	0,816	0,361	Valid
2	0,733	0,361	Valid
3	0,798	0,361	Valid
4	0,708	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Terkait hasil pengujian validasi di atas, kuesioner terdiri dari 4 pernyataan untuk variabel kegunaan kemudian dilakukan uji validitas terhadap 30 responden. Guna mengetahui butir pernyataan pada kuesioner valid atau tidak, maka digunakan tingkat signifikan 5% atau 0,05 dan  $N=30$  sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Setelah dilakukan pengujian dengan rumus *Product Moment Coefficient of Correlation* dibantu aplikasi SPSS versi 22, diketahui bahwa 4 pernyataan kuesioner tersebut valid. Dengan melihat rumus uji validitas yaitu bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka 4 pernyataan kuesioner tersebut memadai guna digunakan dalam pengumpulan data-data penelitian variabel kegunaan.

d) Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (X4)

**Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan**

No. Pernyataan	Perbandingan		Keterangan
	Rhitung	Rtabel	
1	0,777	0,361	Valid
2	0,794	0,361	Valid
3	0,731	0,361	Valid
4	0,712	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Terkait hasil pengujian validasi di atas, kuesioner terdiri dari 4 pernyataan untuk variabel kepuasan kemudian dilakukan uji validitas terhadap 30 responden. Guna mengetahui butir pernyataan pada kuesioner valid atau tidak, maka digunakan tingkat signifikan 5% atau 0,05 dan  $N=30$  sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Setelah dilakukan pengujian dengan rumus *Product Moment Coefficient of Correlation* menggunakan aplikasi SPSS versi 22, diketahui bahwa 4 pernyataan kuesioner tersebut valid. Dengan melihat rumus uji validitas yaitu bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka 4 pernyataan kuesioner tersebut memadai guna digunakan dalam pengumpulan data penelitian variabel kepuasan.

e) Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Fintech (Y)

**Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Fintech**

No. Pernyataan	Perbandingan		Keterangan
	Rhitung	rtabel	
1	0,841	0,361	Valid
2	0,748	0,361	Valid
3	0,735	0,361	Valid
4	0,630	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Terkait hasil pengujian validasi di atas, kuesioner terdiri dari 4 pernyataan untuk variabel penggunaan fintech kemudian dilakukan uji validitas terhadap 30 responden. Guna mengetahui butir pernyataan pada kuesioner valid atau tidak, maka digunakan tingkat signifikan 5% atau 0,05 dan  $N=30$  sehingga diperoleh nilai

$r_{tabel}$  sebesar 0,361. Setelah dilakukan pengujian dengan rumus *Product Moment Coefficient of Correlation* menggunakan aplikasi SPSS versi 22, diketahui bahwa 4 pernyataan kuesioner tersebut valid. Dengan melihat rumus uji validitas yaitu bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka 4 pernyataan kuesioner tersebut memadai guna digunakan dalam pengumpulan data-data penelitian variabel penggunaan fintech.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas adalah alat yang digunakan guna menaksir kekonsistenan jawaban yang diberikan responden saat mengisi pertanyaan kuesioner. Saat jawaban yang diberikan responden dinilai konsisten dari awal hingga akhir maka dapat dikatakan bahwa kuesioner tersebut reliabel (Ghozali, 2018:45). Dalam penelitian ini, guna mengukur reliabilitas instrumen penelitian maka digunakan *Cronbach's Alpha*  $> 0,70$ .

a) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan (X1)

**Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan**

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,869	,872	4

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Terkait hasil pengujian reliabilitas di atas, nilai *Cronbach's Alpha* variabel kemudahan sebesar 0,869. Dikarenakan nilai  $0,869 > 0,70$  maka butir-butir pada pernyataan pada kuesioner variabel kemudahan (X1) dikatakan reliabel, sehingga data hasil uji reliabilitas ini dapat dipercaya serta dapat dipakai pada penelitian ini.

b) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X2)

**Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan**

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,726	,728	4

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Terkait hasil pengujian reliabilitas di atas, nilai *Cronbach's Alpha* variabel kepercayaan sebesar 0,726. Dikarenakan nilai  $0,726 > 0,70$  maka butir-butir dalam pernyataan pada kuesioner variabel kepercayaan (X2) dikatakan reliabel, sehingga data hasil uji reliabilitas ini dapat dipercaya serta dapat dipakai pada penelitian ini.

c) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kegunaan (X3)

**Tabel 4.15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kegunaan**

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,761	,762	4



Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Terkait hasil pengujian reliabilitas di atas, nilai *Cronbach's Alpha* variabel kegunaan sebesar 0,761. Dikarenakan nilai  $0,761 > 0,70$  maka butir-butir dalam pernyataan pada kuesioner variabel kegunaan (X3) dikatakan reliabel, sehingga data hasil uji reliabilitas ini dapat dipercaya serta dapat dipakai pada penelitian ini.

d) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan (X4)

**Tabel 4.16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan**

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,742	,747	4

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Terkait hasil pengujian reliabilitas di atas, nilai *Cronbach's Alpha* variabel kepuasan sebesar 0,742. Dikarenakan nilai  $0,742 > 0,70$  maka butir-butir dalam pernyataan pada kuesioner variabel kepuasan (X4) dikatakan reliabel, sehingga data hasil uji reliabilitas ini dapat dipercaya serta dapat digunakan pada penelitian kali ini.

e) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan Fintech (Y)

**Tabel 4.17. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan Fintech**

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,728	,725	4

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Terkait hasil pengujian reliabilitas diatas, nilai *Cronbach's Alpha* variabel penggunaan fintech sebesar 0,728. Dikarenakan nilai 0,728 > 0,70 maka butir-butir dalam pernyataan pada kuesioner variabel penggunaan fintech (Y) dikatakan reliabel, sehingga data hasil uji reliabilitas ini dapat dipercaya serta dapat dipakai pada penelitian kali ini.

c. Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif statistik dari masing-masing variabel, variabel bebas yaitu kemudahan (X1), kepercayaan (X2), kegunaan (X3) dan kepuasan (X4) Serta variabel terikat yaitu penggunaan financial technology di kota Tegal dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4.18. Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Kemudahan (X1)	100	10	20	17,45	2,143	4,593
Kepercayaan (X2)	100	16	20	18,23	1,246	1,553
Kegunaan (X3)	100	16	20	18,55	1,329	1,765
Kepuasan (X4)	100	16	20	17,91	1,129	1,275
Penggunaan (Y)	100	16	20	18,65	1,114	1,240
Valid N (listwise)	100					

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan deskripsi statistik singkat masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

- a) Kemudahan dengan jumlah data 100, memiliki nilai minimum sebesar 10, untuk nilai maksimum sebesar 20, rata-rata yang dimiliki adalah sebesar 17,45, Standar deviasi yang didapat adalah sebesar 2,143. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar standar deviasi yang dihasilkan maka semakin besar pula keragaman sampel serta varians yang didapat 4,593 yang berarti semakin besar jumlah nilai varians yang didapat, maka semakin tinggi fluktuasi data antara satu data dengan yang lainnya. Dengan menyertakan nilai varians pada rata-rata perhitungan pervariabel akan memberikan informasi yang lebih akurat. Demikian juga dengan standar deviasi, yang besarnya merupakan akar kuadrat dari varians.
- b) Kepercayaan dengan jumlah data 100, memiliki nilai minimum sebesar 10, untuk nilai maksimum sebesar 20, rata-rata yang dimiliki adalah sebesar 18,23, Standar deviasi yang didapat adalah sebesar 1,246. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar standar deviasi yang dihasilkan maka semakin besar pula keragaman sampel serta varians yang didapat 1,553 yang berarti semakin besar jumlah nilai varians yang didapat, maka semakin tinggi fluktuasi data antara satu data dengan yang lainnya. Dengan menyertakan nilai varians pada rata-rata perhitungan pervariabel akan memberikan informasi yang

lebih akurat. Demikian juga dengan standar deviasi, yang besarnya merupakan akar kuadrat dari varians.

c) Kegunaan dengan jumlah data 100, memiliki nilai minimum sebesar 10, untuk nilai maksimum sebesar 20, rata-rata yang dimiliki adalah sebesar 18,55, Standar deviasi yang didapat adalah sebesar 1,329. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar standar deviasi yang dihasilkan maka semakin besar pula keragaman sampel serta varians yang didapat 1,765 yang berarti semakin besar jumlah nilai varians yang didapat, maka semakin tinggi fluktuasi data antara satu data dengan yang lainnya. Dengan menyertakan nilai varians pada rata-rata perhitungan pervariabel akan memberikan informasi yang lebih akurat. Demikian juga dengan standar deviasi, yang besarnya merupakan akar kuadrat dari varians.

d) Kepuasan dengan jumlah data 100, memiliki nilai minimum sebesar 10, untuk nilai maksimum sebesar 20, rata-rata yang dimiliki adalah sebesar 17,91, Standar deviasi yang didapat adalah sebesar 1,129. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar standar deviasi yang dihasilkan maka semakin besar pula keragaman sampel serta varians yang didapat 1,275 yang berarti semakin besar jumlah nilai varians yang didapat, maka semakin tinggi fluktuasi data antara satu data dengan yang lainnya. Dengan menyertakan nilai varians pada rata-rata

perhitungan pervariabel akan memberikan informasi yang lebih akurat. Demikian juga dengan standar deviasi, yang besarnya merupakan akar kuadrat dari varians.

- e) Penggunaan *financial technology* dengan jumlah data 100, memiliki nilai minimum sebesar 10, untuk nilai maksimum sebesar 20, rata-rata yang dimiliki adalah sebesar 18,65, Standar deviasi yang didapat adalah sebesar 1,145. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar standar deviasi yang dihasilkan maka semakin besar pula keragaman sampel serta varians yang didapat 1,240 yang berarti semakin besar jumlah nilai varians yang didapat, maka semakin tinggi fluktuasi data antara satu data dengan yang lainnya. Dengan menyertakan nilai varians pada rata-rata perhitungan pervariabel akan memberikan informasi yang lebih akurat. Demikian juga dengan standar deviasi, yang besarnya merupakan akar kuadrat dari varians.

d. Analisis Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu pengujian guna mengetahui kenormalan suatu distribusi data. Uji normalitas bertujuan guna menguji normal atau tidaknya variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) (Ghozali, 2018:161). Jika nilai residual tidak terdistribusi normal maka uji statistik yang dilakukan menjadi tidak valid.

Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan cara melihat nilai signifikan berdasarkan *Kolmogorov-Smirnov* (Prihadi 2019:20). Uji K-S ini dilakukan dengan melihat nilai probabilitasnya, dengan ketentuan jika hasil yang diperoleh dari *Kolmogorov-Smirnov* memperlihatkan nilai signifikan diatas 0,05 maka data residual terdistribusi dengan normal. Tetapi jika hasil *Kolmogorov-Smirnov* memperlihatkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data residual terdistribusi tidak normal. Berikut hasil uji normalitas berdasarkan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* :

**Tabel 4.19. Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		,0000000
	Std. Deviation		,94559074
Most Extreme Differences	Absolute		,109
	Positive		,066
	Negative		-,109
Test Statistic			,109
Asymp. Sig. (2-tailed)			,005 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,177 <sup>d</sup>
99% Confiden	Lower Bound		,168
	Upper Bound		,187
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed			

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Berdasarkan hasil uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, diperoleh nilai signifikansi (*Monte Carlo Sig*) 0,177 atau Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5% ( $0,177 > 0,05$ ), maka data residual tersebut terdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah guna mengetahui dan menguji suatu model regresi ini apakah telah diketahui adanya korelasi atau hubungan antar variabel bebas (Ghozali, 2018:107). Apabila dalam suatu hasil tidak terdapat suatu masalah multikolinearitas maka model regresi dapat dikatakan baik (Darwis, 2015). Untuk mengetahui suatu korelasi multikolinearitas terdapat didalam model regresi, maka digunakan dengan cara melihat *Tolerance Value* dan *Inflation Factor* (VIF). Ketika *Tolerance Value*  $< 0,10$  atau sama dengan nilai *Variance Inflation Factor*  $> 10$ , maka bisa dikatakan terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, tidak dikatakan terjadi multikolinieritas apabila tolerance value  $> 0,10$  atau sama dengan  $VIF < 10$ . Berikut hasil uji multikolinearitas:

**Tabel 4.20. Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kemudahan (X1)	,862	1,160
	Kepercayaan (X2)	,893	1,119
	Kegunaan (X3)	,905	1,105
	Kepuasan (X4)	,934	1,071

a. Dependent Variable: Penggunaan (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

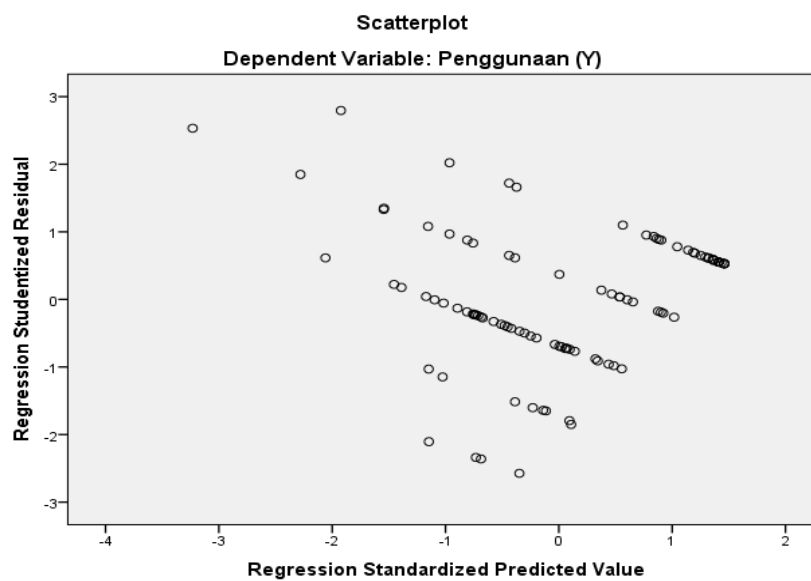
Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa angka Tolerance dari masing-masing variabel independen memiliki angka  $> 0,10$ . Kemudahan (X1) memiliki nilai *tolerance* 0,862 ( $0,862 > 0,10$ ), kepercayaan (X2) memiliki nilai *tolerance* 0,893 ( $0,893 > 0,10$ ), kegunaan (X3) memiliki nilai *tolerance* 0,905 ( $0,905 > 0,10$ ), dan kepuasan (X4) memiliki nilai *tolerance* 0,934 ( $0,934 > 0,10$ ). Uji multikolinearitas juga dapat dilihat bahwa dari semua variabel independen memiliki angka  $VIF < 10$ . Kemudahan (X1) memiliki nilai *VIF* 1,660 ( $1,660 < 10$ ), kepercayaan (X2) memiliki nilai *VIF* 1,119 ( $1,119 < 10$ ), kegunaan (X3) memiliki nilai *VIF* 1,105 ( $1,105 < 10$ ), dan kepuasan (X4) memiliki nilai *VIF* 1,071 ( $1,071 < 10$ ). Berdasarkan data tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas atau seharusnya tidak terjadi regresi di antara variabel independen.

c) Uji Heteroskedastisitas

Fungsi uji heteroskedastisitas guna menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2018:137). Apabila dalam suatu *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas, tetapi jika sebaliknya dapat disebut Heteroskedastisitas. Apabila terjadi homoskedastisitas ataupun mempunyai syarat tidak adanya masalah



pada suatu heteroskedastisitas maka suatu modek regresi dapat dikatakan baik. Berdasarkan uji heterokedastisitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22 menghasilkan output sebagai berikut:



**Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Model regresi yang baik adalah dengan menggunakan analisis grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat ZPRED dengan residualnya SRESID. Berdasarkan hasil gambar *scatterplot* dengan jelas menunjukkan bahwa dalam suatu grafik tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu y. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak meengandung adanya asumsi heterokedastisitas.

## 2. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data pada penelitian adalah dengan digunakannya regresi linier berganda (*Multiple Linier Regression*) yang dipakai guna mencari tahu pengaruh kemudahan, kepercayaan, kegunaan dan kepuasan terhadap penggunaan *financial technology*.

**Tabel 4.21. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,638	2,298		5,063	,000
Kemudahan (X1)	,245	,049	,471	5,022	,000
Kepercayaan (X2)	,027	,082	,030	,324	,747
Kegunaan (X3)	,107	,077	,128	1,394	,167
Kepuasan (X4)	,015	,089	,015	,167	,867

a. Dependent Variable: Penggunaan (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Terkait hasil pengujian diatas, maka diperoleh hasil persamaan satuan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

$$Y = 11,638 + 0,245X_1 + 0,027X_2 + 0,107X_3 + 0,015X_4 + e$$

Persamaan linier di atas menjelaskan kaitan diantara variabel dependen dan variabel independen secara parsial serta guna pengambilan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 11,638. apabila terjadi perubahan variabel kemudahan, kepercayaan, kegunaan serta kepuasan (nilai X1, X2,

X3, dan X4) sehingga penggunaan *financial technology* pada generasi Z di kota Tegal ada sebesar 11,638 satuan.

- 2) Nilai koefisien regresi variabel kemudahan sebesar 0,245 hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu persen kemudahan akan mengakibatkan kenaikan terhadap penggunaan *financial technology* sebesar 0,245, sehingga semakin tinggi kemudahan yang ditawarkan semakin tinggi pula tingkat penggunaan *financial technology*.
- 3) Nilai koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,027 hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu persen kepercayaan akan mengakibatkan kenaikan terhadap penggunaan *financial technology* sebesar 0,027, sehingga semakin tinggi kepercayaan pengguna semakin tinggi pula tingkat penggunaan *financial technology*.
- 4) Nilai koefisien regresi kegunaan sebesar 0,107 hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu persen kegunaan akan mengakibatkan kenaikan terhadap penggunaan *financial technology* sebesar 0,107, sehingga semakin tinggi kegunaan yang ditawarkan semakin tinggi pula tingkat penggunaan *financial technology*.
- 5) Nilai koefisien regresi kepuasan sebesar 0,015 hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu persen kepuasan akan mengakibatkan kenaikan terhadap penggunaan *financial*

*technology* sebesar 0,015, sehingga semakin tinggi kepuasan pengguna semakin tinggi pula tingkat penggunaan *financial technology*.

### 3. Uji Hipotesis

#### 1) Uji Kelayakan Model (*Goodness Of Fit Test*)

Uji kelayakan model (*Goodness Of Fit Test*) bertujuan guna melihat signifikan model regresi yang digunakan dalam penelitian. Apabila angka signifikan  $< (\alpha) 0,05$  maka model regresi yang dihasilkan layak dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Namun apabila angka signifikan  $> (\alpha) 0,05$  maka model regresi yang dihasilkan tidak layak untuk digunakan pada penelitian selanjutnya.

**Tabel 4.22. Uji Kelayakan Model (*Goodness Of Fit Test*)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34,230	4	8,557	9,184	,000 <sup>b</sup>
	Residual	88,520	95	,932		
	Total	122,750	99			
a. Dependent Variable: Penggunaan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan (X4), Kepercayaan (X2), Kegunaan						

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Berdasarkan tabel diatas tersebut menunjukkan bahwa nilai dari *Goodness Of Fit* sebesar 9,184 dengan tingkat signifikan 0,000. Sehingga dapat diartikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

## 2) Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Guna menguji dan membandingkan diantara rata nilai sampel dan nilai lainnya maka digunakan Uji t. Guna mencari tahu pengaruh tingkat signifikan antara variabel independen atas variabel dependen maka dilakukan uji t (Ghozali, 2018:98-99). Pengujian hipotesis ini menggunakan sistem program SPSS, dengan membandingkan signifikansi hitung variabel bebas dengan variabel  $\alpha = 2,5\%$ . Hasil uji t yang didapatkan sebagai berikut:

**Tabel 4.23. Hasil Uji t (Parsial)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,638	2,298		5,063	,000
Kemudahan (X1)	,245	,049	,471	5,022	,000
Kepercayaan (X2)	,027	,082	,030	,324	,747
Kegunaan (X3)	,107	,077	,128	1,394	,167
Kepuasan (X4)	,015	,089	,015	,167	,867

a. Dependent Variable: Penggunaan (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Terkait hasil uji t di atas, dengan melihat kolom t dan Sig maka diperoleh hasil sebagai berikut:

### a. Pengaruh Variabel Kemudahan Atas Penggunaan Fintech ( $H_1$ )

Variabel kemudahan (X1) berpengaruh atas penggunaan *financial technology* pada generasi z di kota Tegal. Hal ini dapat dilihat dari signifikan kemudahan (X1)  $0,000 < 0,025$ .

Dengan nilai  $t_{tabel} = (\alpha: n-k-1) = (0,025: 100-4-1) = (0,025:95) = 1,98525$ . Dengan begitu nilai  $t_{tabel}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5,022 > 1,98525$ ) maka  $H_1$  diterima. Sehingga hipotesis, terdapat pengaruh kemudahan atas penggunaan *financial technology* secara parsial dinyatakan diterima.

b. Pengaruh Variabel Kepercayaan Atas Penggunaan Fintech ( $H_2$ )

Variabel kepercayaan (X2) berpengaruh atas penggunaan *financial technology* pada generasi z di kota Tegal. Hal ini dapat dilihat dari signifikan kepercayaan (X2)  $0,747 > 0,025$ .

Dengan nilai  $t_{tabel} = (\alpha: n-k-1) = (0,025: 100-4-1) = (0,025:95) = 1,98525$ . Dengan begitu nilai  $t_{tabel}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $0,324 < 1,98525$ ) maka  $H_2$  ditolak. Sehingga hipotesis, terdapat pengaruh kepercayaan atas penggunaan *financial technology* secara parsial ditolak.

c. Pengaruh Variabel Kegunaan Atas Penggunaan Fintech ( $H_3$ )

Variabel kegunaan (X3) berpengaruh terhadap penggunaan *financial technology* pada generasi z di kota Tegal. Hal ini dapat dilihat dari signifikan kegunaan (X3)  $0,167 > 0,025$ .

Dengan nilai  $t_{tabel} = (\alpha: n-k-1) = (0,025: 100-4-1) = (0,025:95) = 1,98525$ . Dengan begitu nilai  $t_{tabel}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $1,394 < 1,98525$ ) maka  $H_3$  ditolak. Sehingga hipotesis, terdapat pengaruh kegunaan atas penggunaan *financial technology* secara parsial ditolak.

d. Pengaruh Variabel Kepuasan Atas Penggunaan Fintech ( $H_4$ )

Variabel kepuasan (X4) berpengaruh atas penggunaan *financial technology* pada generasi z di kota Tegal. Hal ini dapat dilihat dari signifikan kegunaan (X3)  $0,867 > 0,025$ .

Dengan nilai  $t_{tabel} = (\alpha: n-k-1) = (0,025: 100-4-1) = (0,025:95) = 1,98525$ . Dengan begitu nilai  $t_{tabel}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $0,0167 < 1,98525$ ) maka  $H_4$  ditolak. Sehingga hipotesis, terdapat pengaruh kepuasan atas penggunaan *financial technology* secara parsial ditolak.

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

Koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) adalah koefisien yang memperlihatkan berapa besar persentasi variabel independen bisa dijabarkan variabel dependen. Koefisien ini digunakan guna mengetahui berapa tinggi hubungan diantara variabel independen dan variabel dependen, apabila koefisien determinasinya semakin tinggi maka variabel independennya semakin baik pula dalam memaparkan variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi yang didapatkan yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.24. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,528 <sup>a</sup>	,279	,248	,965

- a. Predictors: (Constant), Kepuasan (X4), Kepercayaan (X3), Kegunaan (X2), Kemudahan (X1).
- b. Dependent Variable: Penggunaan (Y).

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22.

Terkait hasil uji koefisiensi determinasi di atas dengan mengamati kolom Adjusted R Square sebesar 0,248. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas dapat memaparkan variabel terikat yaitu sebesar 24,8% dan sisanya 75,2% dipaparkan oleh variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian kali ini.

#### D. Pembahasan

##### 1. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *financial technology*

Berdasarkan pada hasil pengujian diatas, variabel kemudahan memiliki nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,245 hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu persen kemudahan akan mengakibatkan kenaikan terhadap penggunaan *financial technology* sebesar 0,245. Kemudian dengan nilai  $t_{tabel}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5,022 > 1,98525$ ) maka  $H_1$  diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi, terdapat pengaruh kemudahan terhadap penggunaan *financial technology* secara parsial diterima.

Kemudahan penggunaan adalah persepsi individu terkait sulit atau mudahnya suatu inovasi teknologi digunakan. Hsu 2007 dalam hasil penelitiannya memaparkan bahwa kemudahan menggunakan suatu



teknologi berpengaruh signifikan terhadap *mobile banking* oleh *user*. Kusuma dan Susilowati, 2008 dalam hasil penelitiannya menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada persepsi kemudahan terhadap perilaku pengguna *internet banking* (Yuniarti, 2019).

Menurut Saputro, Sukirno (2013) dalam (Setyo Ferry Wibowo, 2015) buku penelitiannya hal 5 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan terhadap perilaku penggunaan *internet Banking* berpengaruh positif atau signifikan. Menurut (Muhammad, 2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan Go-pay pada persepsi kemudahan.

2. Persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *financial technology*

Berdasarkan pada hasil pengujian diatas, variabel kepercayaan Nilai koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,027 hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu persen kepercayaan akan mengakibatkan kenaikan terhadap penggunaan *financial technology* sebesar 0,027, sehingga semakin tinggi kepercayaan pengguna maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan *financial technology*. Kemudian dengan nilai  $t_{tabel}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $0,324 < 1,98525$ ) maka  $H_2$  ditolak. Sehingga hipotesis yang berbunyi, terdapat pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *financial technology* secara parsial ditolak.

3. Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan *financial technology*

Berdasarkan pada hasil pengujian diatas, variabel kegunaan sebesar 0,107 hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu persen kegunaan akan mengakibatkan kenaikan terhadap penggunaan *financial technology* sebesar 0,107, sehingga semakin tinggi kegunaan yang ditawarkan maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan *financial technology*. Kemudian dengan nilai  $t_{tabel}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $1,394 < 1,98525$ ) maka  $H_3$  ditolak. Sehingga hipotesis yang berbunyi, terdapat pengaruh kegunaan terhadap penggunaan *financial technology* secara parsial ditolak.

4. Persepsi kepuasan berpengaruh terhadap penggunaan *financial technology*

Berdasarkan pada hasil pengujian diatas, variabel kepuasan sebesar 0,015 hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu persen kepuasan akan mengakibatkan kenaikan terhadap penggunaan *financial technology* sebesar 0,015, sehingga semakin tinggi kepuasan pengguna maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan *financial technology*. Kemudian dengan nilai  $t_{tabel}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $0,0167 < 1,98525$ ) maka  $H_4$  ditolak. Sehingga hipotesis yang berbunyi, terdapat pengaruh kepuasan terhadap penggunaan *financial technology* secara parsial ditolak.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Kesimpulan

Pada penelitian ini dilakukan guna menguji faktor penyebab penggunaan financial technology pada generasi z di masa pandemi Covid-19 di kota Tegal yang terdiri dari persepsi kemudahan, kepercayaan, kegunaan dan kepuasan. Dari hasil pengolahan data-data yang telah dilakukan dengan aplikasi SPSS 22 yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh variabel kemudahan terhadap penggunaan *financial technology* pada generasi z di masa Pademi Covid-19 di kota Tegal.
2. Tidak terdapat pengaruh variabel kepercayaan terhadap penggunaan *financial technology* pada generasi z di masa Pademi Covid-19 di kota Tegal.
3. Tidak terdapat pengaruh variabel kegunaan terhadap penggunaan *financial technology* pada generasi z di masa Pademi Covid-19 di kota Tegal.
4. Tidak terdapat pengaruh variabel kepuasan terhadap penggunaan *financial technology* pada generasi z di masa Pademi Covid-19 di kota Tegal.

## B. Saran

Masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam hasil penelitian ini, maka dari itu perlu penyempurnaan dari penelitian selanjutnya. Oleh karena itu berikut terdapat saran untuk dijadikan masukan bagi peneliti selanjutnya atau bagi pihak lain yang berkepentingan:

1. Tingkat kemudahan penggunaan aplikasi/sistem dari produk *financial technology* seharusnya ditingkatkan , karena jika semakin mudah penggunaan *financial technology* maka pengguna semakin berminat menggunakan *financial technology*.
2. Pada tingkat kepercayaan, sebaiknya pemerintah melalui OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dan pihak perusahaan lebih dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan data pelanggan, sehingga terhindar dari bocornya data-data pribadi pelanggan yang dapat digunakan oleh oknum-oknum tidak bertanggung jawab. Hal tersebut dapat meningkatkan rasa kepercayaan dan kepuasan pelanggan dalam menggunakan *financial technology*.
3. Tingkat kegunaan yang terdapat pada aplikasi/sistem dari produk *financial technology* seharusnya ditingkatkan , karena manfaat yang didapatkan dari sistem tersebut akan mendorong sikap positif pengguna untuk menggunakan sistem *financial technology*. Karena suatu pengguna mau atau tidaknya menggunakan suatu teknologi jika teknologi tersebut dapat bermanfaat bagi pribadinya.

4. Tingkat kepuasan pada penelitian ini cukup rendah, karena hal tersebut maka seharusnya faktor-faktor penunjang lainnya ditingkatkan sehingga tingkat kepuasan penggunaan *financial technology* meningkat.

### C. Implikasi Penelitian

Dalam penelitian ini dapat diharapkan memberikan faedah bagi banyak pihak antara lain:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bisa dijadikan gambaran terkait faktor-faktor yang bisa mempengaruhi penggunaan *financial technology* di masa pandemi covid-19 di kota Tegal khususnya pada pembayaran mobile atau daring. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya persepsi kemudahan terdapat pengaruh positif dan signifikan atas penggunaan *financial technology*. Sedangkan persepsi kepercayaan, kegunaan dan kepuasan terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa niat pengguna dalam menggunakan *financial technology* bergantung pada sikap positif pengguna terhadap sistem yang ditawarkan.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan perbaikan bagi para pelaku bisnis untuk mengadopsi sistem pembayaran digital terutama bagi UMKM di masa pandemi covid-19 ini agar memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan pembayaran, dengan begitu dapat mengurangi penyebaran virus covid-19.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2020). *Financial Technology (Fintech) In: Tren Teknologi Masa Depan*. Medan: Yayasan Kita Peduli (hal. 117-132).
- Ahmad Ardiansyah, R. Y. (2016). Pengaruh Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Kepuasan Wajib Pajak. *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 11 No. 1, 1-10.
- Amalia, S. N. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology Syariah Paytren Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran : Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 9, 64-79.
- Ananda, H. R. (2019). Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan dan Persepsi Kompabilitas Terhadap Intensi Menggunakan Layanan Mobile Payment Di Indonesia. 1-64. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Anang Sugara, R. Y. (2017). Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 5 No. 1, 8-15.
- Andika Bayu Pratama, I. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 22, 927-953.
- Anna Hidvegi, A. K.-E. (2016). Assessing The Online Purchasing Decisions Of Generation Z. *Proceedings of the FISKUSZ Symposium for Young Researchers*, 173.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Artha, U. (2011). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Inovasi Pribadi dan Kesesuaian Terhadap Sikap Penggunaan E-commerce. *Skripsi Universitas Brawijaya*.
- Asrul Sani, N. W. (2020). Pengembangan Model Adopsi Teknologi Informasi Terhadap Model Penerimaan Teknologi Diantara UMKM. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer*, 5 No. 2, 151--158.
- Atmaja, L. S. (1999). *Manajemen Keuangan, Edisi Revisi*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

- Bodnar, GH, Wiliam S., hoopwood (1995). *Accounting Information System*. Prentice Hall Inc , 6 th. Ed
- Bomil Suh, I. H. (2003). The Impact Of Customer Trust and Perception Of Security Control On The Acceptance Of Electronic Commerce. *International Journal Of Electronic Commerce* , 7 No. 3, 135-161.
- Brian Dwi Saputro, S. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Nominal* , 3 No. 1, 36-63.
- Cruz, M. (2016). Generation Z : Influencers Of Decision-Making Process (The Influence of WOM and peer interaction on the decision-making process) (Thesis), *Catolica Porto Business School, Universidade Catolica Portuguesa, Porto, Portugal*.
- Darwis, E. T. R . (2015). Pengaruh Belanja Modal Dan Belanja Pegawai Terhadap Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Pada Kabupaten/Kota Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Akuntansi, Vol , No. 1, 1-23*.
- Darsono, N. F. (2011-2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Di Perusahaan Indonesia (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI). *Diponegoro Journal Of Accounting* , 6, 1-9.
- David Kristian Paath, R. M. (2019). Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital Terhadap Financial Technology (Fintech) Dengan Model E-money. *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)* , 2 No 2, 38-45.
- Dedi Junaedi, F. S. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pasar Modal Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Islam* , 2 No. 3, 1-30.
- Dimitrios Maditinos, D. C. (2013). An Examination Of The Critical Factor Affecting Consumer Acceptance Of Online Banking. *Journal Of System and Information* , 15 No. 1, 97-116.
- Eggers F, K. S. (2013). The Implications Of Customer and Entrepreneurial Orientations For SME Growth. *Management Decision* , 51, 524-546.
- Giovanni Santoso, A. T. (2018). Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Pada Generasi Z Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 11 No. 3, 231-242.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: UNDIP. <https://doi.org/10.25105/semnas.v0i0.5780>
- Hadi, S. (2019). *Metodologi Research*, Andi, Yogyakarta.

- Hesty Aksari Juanita, U. L. (2015). Tingkat Kepercayaan Konsumen dan Pemanfaatan E-marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk E-tiket Pesawat Di Octopus Travel Surabaya. *Ebis, Vol 7 No. 1*, 55-74.
- Humairoh, A. K. (2020). Pertimbangan dan Sikap Milenial Terhadap Minat Menggunakan E-wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 Di Kota Tangerang. *Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi* , 03 No. 02, 64-81.
- Hung Kit Lui, R. J. (2003). Integrating Trust and Risk Perceptions In Business To Consumer Electronic Commerce With The Technology Acceptance Model. *ECIS 2003 Proceedings. Paper 60*.
- Juanda, A. R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*.
- K. M. K. S. Kulathunga, L. A. (2017). The Relationship Between Capital Structure and Ownership Structure. *Evidence From Listed Companies In Hotel dan Manufacture Sector In Sri Lanka Kelaniya Journal Of Management* , 06 (02), 33-35.
- Kusuma, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Website Tokopedia. *Skripsi Universitas Islam Indonesia* .
- Lucyanda, J. (2010). Pengujian Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Planned Behavior (TPB). *JRAK* , 2, 1-14.
- Marry Rani Thomas, V. K. (2018). Online Website Cues Influencing The Purchase Intention Of Generation Z Mediated By Trust. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 13-23.
- Muhammad, R. A. (2018). Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Digital Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-pay. *Skripsi Universitas Islam Indonesia* .
- Pardede, R. and Manurung, R. (2014). *Analisis Jalur (Path Analysis): Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Prihadi, D. (2019). *Modul Pelatihan Alat Analisis Data Dengan Program Aplikasi Spss*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Pancasakti Tegal.
- Rajendra Prasada Bangkara, N. P. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening. *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana* , 16, 2408-2434.



- Ren-Zong Kuo, G.-G. L. (2009). KMS Adoption: The Effects Of Information Quality. *Management Decision* , 47 No. 10, 1633-1651.
- Retnaningrum, M. (2006-2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Emiten Sektor Manufaktur Di BEI. *Jurnal Bisnis Strategi* , 21, No. 2 pp.50-59.
- Riyanto, B. (2011). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Dalam E. 4.* Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.
- Rofiq, A. (2007). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-commerce (Studi Pada Pelanggan E-commerce Di Indonesia). *Tesis. Universitas Brawijaya. Malang.*
- Salimon, M. G. (2017). The Mediating Role Of The Hedonic Motivation On The Relationship Between Adoption Of E-banking and Its Determinants. *International Journal Of Bank Marketing* , 558-582.
- Setyo Ferry Wibowo, D. R. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-money Card (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Commuter Line Di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* , 6 No. 1, 440-456.
- Simamora, H. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Yogyakarta: STIE YKPN.
- Siti Nur Fatoni, C. S. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-wallet Di Indonesia. *Paper UIN Sunan Gunung Djati.* 1-9.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta.
- Sun, S. A. (2015). Can The Presence Of Foreign Investment Affect The Capital Structure Of Domestic Firms? *Journal Of Corporate Finance* , Vol.30 hlm 32-34.
- Tero Pikkarainen, K. P. (2004). Consumer Acceptance Of Online Banking: An Extension Of The Technology Acceptance Model. *Internet Research.* Vol 14 No. 3, 224-235.
- Wijaya, R. (2020). *Fintech Landscape Di Indonesia.* Fintech Indonesia.
- Yudhira, A. (2020). Analisis Perkembangan Financial Technology (Fintech) Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis* , 2 No. 1, 13-28.

Yuniarti, V. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Financial Technology Peer To Peer Lending. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*.

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### **KUESIONER PENELITIAN**

#### **“PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, KEGUNAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* DI MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA TEGAL (STUDI KASUS PADA GENERASI Z).”**

Kepada

Yth.Saudara/i

Pengguna Financial Technology

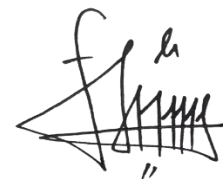
Di kota Tegal

Dengan hormat,

Angket penelitian yang saya berikan kepada Saudara/i adalah untuk memperoleh data yang dapat dijadikan dasar bagi peneliti dalam penyusunan skripsi. Untuk memperoleh data tersebut, saya mohon Saudara/i dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya.

Sebagai peneliti, saya mengharapkan Saudara/i menjawab setiap pernyataan dengan sejujur-jujurnya, karena jawaban dari kuesioner ini tidak berhubungan dengan benar dan salah.

Tegal, Mei 2021



Nur Afiah

## PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Mohon Saudara/i mengisi kuesioner dan menjawab seluruh pernyataan yang ada guna memperlancar penelitian mengenai “PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, KEGUNAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* DI MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA TEGAL (STUDI KASUS PADA GENERASI Z).”
2. Pada halaman berikut ini, Saudara/i cukup memberikan tanda checklist pada kolom lembar yang tersedia. Ada lima alternatif jawaban yang tersedia, yaitu:
  - Sangat Tidak setuju (STS)
  - Tidak Setuju (TS)
  - Kurang Setuju (KS)
  - Setuju (S)
  - Sangat Setuju (SS)
3. Dalam menjawab pernyataan-pernyataan ini, tidak ada jawaban yang salah. Oleh karena itu, usahakanlah agar tidak ada jawaban yang dikosongkan.
4. Terima kasih atas partisipasi Saudara/i dalam menjawab pernyataan atau pertanyaan dibawah ini.

### Bagian I. Data Responden

1. Nama Lengkap :

2. No Telepon/Whatsapp :
3. Alamat E-mail :
4. Jenis Kelamin :
  - Laki-laki
  - Perempuan
5. Umur :
  - 18 – 20 Tahun
  - 21 – 25 Tahun
  - > 25 Tahun
6. Pekerjaan :
  - Pelajar/Mahasiswa
  - Pegawai Swasta
  - Wiraswasta
  - Lainnya
7. Status :
  - Menikah
  - Belum Menikah
8. Seberapa lama pengalaman penggunaan financial technology anda?
  - < 1 tahun
  - 1 s/d 3 tahun
  - 3+ s/d 5 tahun
  - 5 tahun

9. Jenis financial technology khususnya aplikasi layanan e-payment apa saja yang sering anda gunakan? (bisa lebih dari satu jawaban)

- M-banking
- T-cash
- Gopay
- Ovo
- Shopeepay
- Lainnya (sebutkan)

10. Seberapa sering anda menggunakan *financial technology* dalam sebulan

- Setiap hari
- 1-2 kali
- 3-5 kali
- 5 kali

## Bagian II. Daftar Pernyataan

**DAFTAR PERNYATAAN****1. Pernyataan untuk variabel Kemudahan (X1)**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Layanan <i>financial technology</i> mudah digunakan.					
2.	Saya akan mudah menentukan cara menggunakan layanan <i>financial technology</i> .					
3.	Layanan <i>financial technology</i> mudah dalam melakukan Top-Up.					
4.	Sangat mudah untuk mendapatkan layanan <i>financial technology</i> guna memenuhi kebutuhan saya.					

**2. Pernyataan untuk variabel Kepercayaan (X2)**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya percaya layanan <i>financial technology</i> aman digunakan.					
2.	Saya percaya layanan <i>financial technology</i> memberikan jasa pelayanan sesuai yang mereka janjikan.					
3.	Informasi yang disediakan layanan <i>financial</i> dapat dipercaya.					
4.	Sistem keamanan layanan <i>financial</i> dapat.					



	menjaga data konsumen dengan baik.					
--	------------------------------------	--	--	--	--	--

### 3. Pernyataan untuk variabel Kegunaan (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Menggunakan layanan <i>financial technology</i> akan memungkinkan saya untuk melakukan pembayaran/peminjaman lebih cepat.					
2	Menggunakan layanan <i>financial technology</i> akan meningkatkan efektivitas pembayaran saya (misal: menggunakan layanan <i>financial technology</i> akan memungkinkan saya melakukan transaksi pembayaran /peminjaman kapanpun saya mau).					
3	Menggunakan layanan <i>financial technology</i> akan memudahkan saya melakukan transaksi pembayaran / peminjaman.					
4	Menggunakan layanan <i>financial technology</i> dapat memberikan keuntungan bagi saya dalam melakukan transaksi pembayaran (contoh: diskon, cashback).					

### 4. Pernyataan untuk variabel Kepuasan (X4)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya tidak menemukan masalah dalam bertransaksi menggunakan <i>financial technology</i> .					
2.	Secara keseluruhan layanan <i>financial</i>					

	<i>technology</i> mampu memenuhi ekspektasi saya.					
3.	<i>Financial technology</i> merupakan solusi transaksi saya disaat Pandemi.					
4.	Saya puas dengan layanan <i>financial technology</i> .					

### 5. Pernyataan Untuk Variabel Penggunaan *Financial Technology* (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya tertarik menggunakan <i>Fintech</i> karena fitur yang ditawarkan lengkap dan menarik.					
2.	Aplikasi <i>Fintech</i> sangat memudahkan transaksi yang saya lakukan sehingga saya selalu mencoba menggunakannya.					
3.	Saya selalu mencoba menggunakan <i>Fintech</i> karena selalu ada penawaran menarik.					
4.	Saya selalu menggunakan <i>Fintech</i> karena saya butuhkan.					

#### Lampiran 2. Data Kuesioner

- Data pernyataan penelitian responden variabel kemudahan (X1), variabel kepercayaan (X2), kegunaan (X3) dan kepuasan (X4).

No	Kemudahan (X1)				Total.X1	Kepercayaan (X2)				Total.X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
2	4	5	5	4	18	4	5	4	5	18
3	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
5	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
6	5	5	5	3	18	4	4	4	4	16
7	5	5	4	5	19	4	4	5	5	18
8	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
9	3	4	4	4	15	5	4	4	4	17
10	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18
11	4	4	4	5	17	4	5	4	5	18
12	5	3	4	5	17	5	5	5	5	20
13	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20
14	4	4	4	5	17	5	5	4	4	18
15	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18

## Lanjutan

16	5	5	4	5	19	4	5	4	5	18
17	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
18	4	5	4	3	16	4	4	4	4	16
19	5	5	4	4	18	5	4	5	5	19
20	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
21	3	4	4	4	15	4	5	5	4	18
22	4	5	4	5	18	4	4	5	4	17
23	5	5	5	2	17	4	5	5	4	18
24	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
25	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
26	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
27	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
28	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18
29	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
30	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17
31	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20
32	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18
33	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
34	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
35	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18
36	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
38	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
39	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
40	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16
41	4	5	5	4	18	5	5	5	4	19
42	4	4	4	5	17	4	5	5	4	18
43	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
44	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
45	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
46	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
47	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
48	5	5	4	4	18	4	5	4	5	18
49	3	5	5	5	18	5	4	5	5	19
50	5	2	4	3	14	4	4	5	5	18
51	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18
52	3	5	4	4	16	4	5	5	5	19
53	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17
54	3	3	3	3	12	4	4	5	4	17
55	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
56	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
57	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
58	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
59	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18
60	3	3	4	4	14	4	4	5	5	18
61	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17
62	5	5	4	5	19	4	4	5	5	18
63	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19
64	4	4	3	4	15	4	5	4	4	17
65	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

## Lanjutan

66	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
67	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
68	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
69	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
70	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
71	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
72	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
73	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
74	3	3	4	4	14	5	5	5	5	20
75	5	4	5	4	18	5	5	5	4	19
76	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
77	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
78	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
79	5	5	5	4	19	5	4	5	5	19
80	4	3	4	4	15	4	4	5	5	18
81	3	4	4	5	16	4	4	4	5	17
82	5	3	4	4	16	5	4	4	4	17
83	4	5	4	5	18	4	5	5	5	19
84	4	4	4	5	17	5	4	4	5	18
85	4	4	4	5	17	4	5	5	4	18
86	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
87	4	3	4	4	15	4	4	4	5	17
88	3	3	4	3	13	5	4	5	5	19
89	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
90	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16
91	5	3	4	5	17	4	4	5	4	17
92	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20
93	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
94	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
95	3	2	2	3	10	3	5	5	4	17
96	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
97	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18
98	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
99	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
100	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

No	Kegunaan (X3)				Total.X3	Kepuasan (X4)				Total.X4
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	
1	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
2	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
3	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17
4	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
5	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
6	4	4	5	5	18	4	4	5	4	17
7	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
8	5	4	4	5	18	4	4	4	5	17
9	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
10	4	5	5	5	19	4	4	5	4	17
11	5	5	5	4	19	5	4	5	4	18
12	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18
13	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18
14	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
15	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
16	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
17	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17
18	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
19	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17
20	4	5	4	5	18	5	5	4	5	19
21	4	4	4	4	16	3	4	5	4	16
22	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
23	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
24	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16
25	5	4	4	4	17	4	5	5	4	18
26	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
27	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
28	4	5	4	5	18	4	4	5	4	17
29	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
30	5	4	4	5	18	4	4	5	4	17
31	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
32	5	5	4	4	18	4	5	5	4	18
33	5	4	4	4	17	4	5	4	5	18
34	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
35	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
36	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19
37	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
38	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18
39	5	4	4	5	18	3	4	5	4	16
40	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19
41	5	5	4	5	19	4	4	5	4	17
42	4	5	4	4	17	4	5	5	5	19
43	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17
44	5	4	5	4	18	4	5	5	5	19
45	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
46	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
47	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16
48	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19
49	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
50	5	5	4	4	18	5	4	5	4	18

## Lanjutan

51	4	4	5	5	18	4	4	5	4	17
52	5	4	5	5	19	4	4	4	5	17
53	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
54	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
55	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19
56	5	4	5	5	19	4	4	5	4	17
57	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17
58	4	5	5	4	18	4	4	5	5	18
59	5	4	5	4	18	4	5	5	5	19
60	5	4	5	5	19	4	4	5	4	17
61	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
62	5	4	4	5	18	4	5	5	4	18
63	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
64	4	5	4	5	18	5	5	5	4	19
65	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
66	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18
67	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
68	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
69	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
70	5	4	5	4	18	4	4	4	5	17
71	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
72	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
73	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
74	5	4	4	5	18	4	4	5	5	18
75	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
76	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
77	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
78	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
79	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17
80	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17
81	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
82	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
83	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
84	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18
85	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
86	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18
87	5	4	5	5	19	4	4	5	4	17
88	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
89	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
90	5	5	4	4	18	5	4	5	5	19
91	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
92	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
93	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
94	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
95	4	5	5	4	18	5	5	5	4	19
96	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
97	5	4	5	4	18	4	4	5	5	18
98	5	4	5	4	18	4	4	5	5	18
99	5	4	5	4	18	4	4	5	5	18
100	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

No	Penggunaan (Y)				Total.Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	5	5	5	5	20
2	4	5	5	4	18
3	5	5	5	5	20
4	5	5	5	5	20
5	4	4	4	4	16
6	5	5	5	4	19
7	5	5	4	5	19
8	4	4	4	5	17
9	5	5	4	4	18
10	4	5	4	4	17
11	4	4	4	5	17
12	5	5	4	5	19
13	4	5	4	4	17
14	4	5	4	5	18
15	5	5	5	5	20
16	5	5	4	5	19
17	5	4	5	4	18
18	5	5	5	4	19
19	5	5	4	4	18
20	4	4	4	4	16
21	4	5	5	5	19
22	4	5	4	5	18
23	5	5	5	2	17
24	4	5	4	5	18
25	4	5	4	5	18
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	4	4	5	5	18
29	5	5	5	4	19
30	5	5	5	4	19
31	5	5	5	5	20
32	4	4	5	5	18
33	5	5	5	5	20
34	4	5	5	4	18
35	4	4	5	5	18
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	4	5	5	5	19
41	4	5	5	4	18
42	4	5	4	5	18
43	5	5	5	4	19
44	4	4	4	4	16
45	5	5	5	5	20
46	4	5	4	5	18
47	5	4	5	4	18
48	5	5	4	4	18
49	3	5	5	5	18
50	5	5	4	5	19



Lanjutan

51	4	5	5	4	18
52	5	5	4	4	18
53	5	5	5	5	20
54	4	5	4	5	18
55	4	5	4	5	18
56	5	5	5	5	20
57	5	5	5	5	20
58	5	5	5	5	20
59	4	4	5	5	18
60	5	5	4	4	18
61	5	5	5	5	20
62	5	5	4	5	19
63	5	4	5	5	19
64	4	5	4	4	17
65	5	5	5	5	20
66	5	5	5	5	20
67	5	5	5	5	20
68	5	5	5	5	20
69	4	4	5	4	17
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	4	5	4	5	18
74	5	5	4	4	18
75	5	4	5	4	18
76	5	5	5	5	20
77	5	5	5	5	20
78	4	4	5	5	18
79	5	5	5	4	19
80	5	4	5	5	19
81	3	4	4	5	16
82	5	4	5	5	19
83	4	5	4	5	18
84	4	5	4	5	18
85	5	4	4	5	18
86	4	5	4	5	18
87	4	5	4	5	18
88	5	5	4	5	19
89	5	5	5	5	20
90	5	4	4	5	18
91	5	4	4	5	18
92	4	5	4	4	17
93	4	5	5	5	19
94	5	5	5	5	20
95	5	5	4	5	19
96	5	5	4	4	18
97	5	5	5	4	19
98	4	5	4	5	18
99	5	5	4	5	19
100	5	5	5	5	20

## Lampiran 3. Hasil Penelitian

- a. Uji Validitas  
1. Validitas Kemudahan

## Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,661**	,706**	,540**	,860**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,661**	1	,656**	,720**	,904**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,706**	,656**	1	,495**	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,005	,000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,540**	,720**	,495**	1	,802**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,005		,000
	N	30	30	30	30	30
Total.X1	Pearson Correlation	,860**	,904**	,831**	,802**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Validitas Kepercayaan

## Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,471**	,336	,364*	,738**
	Sig. (2-tailed)		,009	,069	,048	,000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,471**	1	,321	,308	,714**
	Sig. (2-tailed)	,009		,083	,097	,000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,336	,321	1	,602**	,760**
	Sig. (2-tailed)	,069	,083		,000	,000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,364*	,308	,602**	1	,755**
	Sig. (2-tailed)	,048	,097	,000		,000
	N	30	30	30	30	30
Total.X2	Pearson Correlation	,738**	,714**	,760**	,755**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 3. Validitas Kegunaan

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total.X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,480**	,623**	,397*	,816**
	Sig. (2-tailed)		,007	,000	,030	,000
	N	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,480**	1	,408*	,355	,733**
	Sig. (2-tailed)	,007		,025	,055	,000
	N	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	,623**	,408*	1	,401*	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000	,025		,028	,000
	N	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	,397*	,355	,401*	1	,708**
	Sig. (2-tailed)	,030	,055	,028		,000
	N	30	30	30	30	30
Total.X3	Pearson Correlation	,816**	,733**	,798**	,708**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 4. Validitas Kepuasan

#### Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total.X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,671**	,361*	,358	,777**
	Sig. (2-tailed)		,000	,050	,052	,000
	N	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	,671**	1	,429*	,321	,794**
	Sig. (2-tailed)	,000		,018	,084	,000
	N	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	,361*	,429*	1	,408*	,731**
	Sig. (2-tailed)	,050	,018		,025	,000
	N	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	,358	,321	,408*	1	,712**
	Sig. (2-tailed)	,052	,084	,025		,000
	N	30	30	30	30	30

Total.X4	Pearson Correlation	,777**	,794**	,731**	,712**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 5. Validitas Penggunaan Fintech

### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total.Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,463*	,590**	,358	,841**
	Sig. (2-tailed)		,010	,001	,052	,000
	N	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	,463*	1	,327	,442*	,748**
	Sig. (2-tailed)	,010		,077	,014	,000
	N	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	,590**	,327	1	,200	,735**
	Sig. (2-tailed)	,001	,077		,288	,000
	N	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	,358	,442*	,200	1	,630**
	Sig. (2-tailed)	,052	,014	,288		,000
	N	30	30	30	30	30
Total.Y	Pearson Correlation	,841**	,748**	,735**	,630**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### b. Uji Reliabilitas

- Reliabilitas Variabel Kemudahan (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,869	,872	4

- Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,726	,728	4

- Reliabilitas Variabel Kegunaan (X3)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,761	,762	4

- Reliabilitas Variabel Kepuasan (X4)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,742	,747	4

- Reliabilitas Variabel Penggunaan Fintech (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,728	,725	4

c. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Kemudahan (X1)	100	10	20	17,45	2,143	4,593
Kepercayaan (X2)	100	16	20	18,23	1,246	1,553
Kegunaan (X3)	100	16	20	18,55	1,329	1,765
Kepuasan (X4)	100	16	20	17,91	1,129	1,275
Penggunaan (Y)	100	16	20	18,65	1,114	1,240
Valid N (listwise)	100					

d. Uji Asumsi Klasik

- 1) Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,94559074
Most Extreme Differences	Absolute	,109
	Positive	,066
	Negative	-,109
Test Statistic		,109
Asymp. Sig. (2-tailed)		,005 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,177 <sup>d</sup>
	99% Lower Bound	,168
	Confidence Interval	
	Upper Bound	,187

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

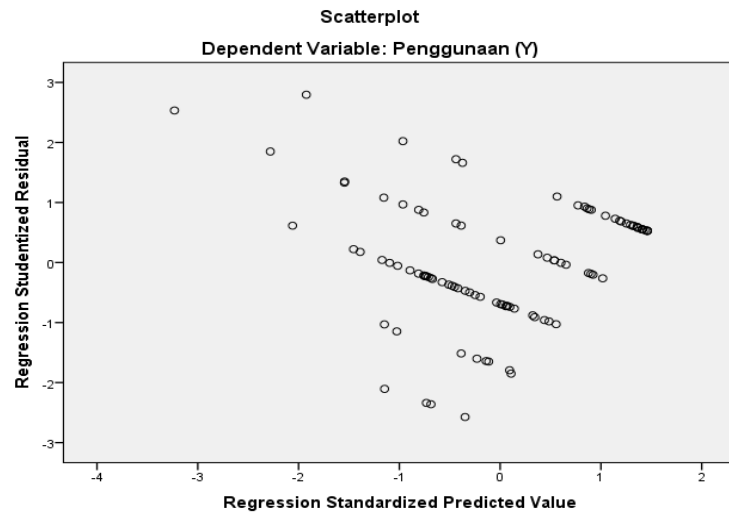
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

## 2) Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kemudahan (X1)	,862	1,160
	Kepercayaan (X2)	,893	1,119
	Kegunaan (X3)	,905	1,105
	Kepuasan (X4)	,934	1,071

a. Dependent Variable: Penggunaan (Y)

## 3) Uji Heteroskedastisitas



e. Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary <sup>b</sup>									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,528 <sup>a</sup>	,279	,248	,965	,279	9,184	4	95	,000

a. Predictors: (Constant), Kepuasan (X4), Kepercayaan (X2), Kegunaan (X3), Kemudahan (X1)

b. Dependent Variable: Penggunaan (Y)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	34,230	4	8,557	9,184	,000 <sup>b</sup>
Residual	88,520	95	,932		
Total	122,750	99			

a. Dependent Variable: Penggunaan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kepuasan (X4), Kepercayaan (X2), Kegunaan (X3), Kemudahan (X1)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,638	2,298		5,063	,000

Kemudahan (X1)	,245	,049	,471	5,022	,000
Kepercayaan (X2)	,027	,082	,030	,324	,747
Kegunaan (X3)	,107	,077	,128	1,394	,167
Kepuasan (X4)	,015	,089	,015	,167	,867

a. Dependent Variable: Penggunaan (Y)