



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGUNAKAN *FINTECH* SYARIAH

Mira Misissaifi*, Jaka Sriyana

Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta, Indonesia
mirachan1024@gmail.com, jakasriyana@uii.ac.id

<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i1.276>

Received: Jan 27, 2021 Revised: Jun 20, 2021 Accepted: Jun 22, 2021 Published: Jun 29, 2021

ABSTRACT

This study aims to identify the factors that influence the interest of the people of Yogyakarta in using Islamic fintech by using the technology acceptance model (TAM). The sampling technique used purposive sampling so that the number of samples obtained was 150 respondents. This study was analyzed using a structural equation model partial least square (SEM-PLS) with the help of SmartPLS 3.2.9 software. The results of this study indicate that the intention to use sharia fintech is influenced by the individual attitude factor towards the presence of sharia fintech. Attitudes to use sharia fintech are influenced by perceived usefulness factors, perceived ease of use, and sharia compliance inherent in sharia fintech. This research can be considered for sharia fintech start-up companies in improving and optimizing the use of sharia fintech.

Keywords: Sharia Fintech, Interest, TAM, SEM, Sharia Compliance.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Yogyakarta dalam menggunakan *fintech syariah* dengan menggunakan *technology acceptance model (TAM)*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, sehingga didapat jumlah sampel sebanyak 150 responden. Penelitian ini dianalisis menggunakan *structural equation model partial least square (SEM-PLS)* dengan bantuan *software SmartPLS 3.2.9*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa niat menggunakan *fintech syariah* dipengaruhi oleh faktor sikap individu terhadap hadirnya *fintech syariah*. Sikap untuk menggunakan *fintech syariah* dipengaruhi oleh faktor persepsi kegunaan yang dirasakan, persepsi kemudahan menggunakan dan adanya *sharia compliance* yang melekat pada *fintech syariah*. Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan *start up fintech syariah* dalam meningkatkan dan mengoptimalkan penggunaan *fintech syariah*.

Kata Kunci: Fintech Syariah, Minat, TAM, SEM, Sharia Compliance.

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir perkembangan *fintech* semakin meningkat, baik yang beroperasi secara konvensional maupun menggunakan prinsip syariah.



Berdasarkan data per 26 Desember 2019 di Indonesia ada sekitar 164 perusahaan *fintech lending* yang terdaftar di OJK (OJK 2019). 139 di antaranya masih dalam status terdaftar sedangkan 25 perusahaan *fintech* sudah mengantongi izin dari OJK. Dilihat dari prinsip operasionalnya, sekitar 152 *fintech* yang melakukan operasionalnya secara konvensional dan sekitar 12 *fintech* yang beroperasi dengan prinsip syariah. Pada tahun 2014 salah satu *fintech* yang berasal dari Singapura yakni Ethis Crowd berhasil menguasai pasar Indonesia dan kini sudah mempunyai layanan syariah. Keadaan ini secara tidak langsung turut mendorong pertumbuhan *fintech* syariah di Indonesia untuk terus berkembang. Sehingga pada tahun 2017 Paytren menjadi *fintech* syariah pertama yang mendapatkan sertifikasi halal MUI di Indonesia. Namun harus diakui bahwa perkembangan jumlah *fintech* syariah di Indonesia saat ini masih jauh jika dibandingkan dengan *fintech* konvensional (Nasution 2017). Hal yang membedakan antara *fintech* syariah dan *fintech* konvensional adalah prinsip-prinsip yang digunakan serta adanya dewan pengawas yang bertugas mengawasi setiap kegiatannya. Kehadiran *fintech* syariah menjadi jawaban akan kebutuhan masyarakat Indonesia yang mayoritasnya beragama Islam agar terhindar dari praktik *riba*, *gharar*, dan *maysir*.

Salah satu teori yang seringkali digunakan untuk melihat penerimaan atas hadirnya sebuah teknologi yang baru dikenal dengan *technology acceptance model* (TAM). TAM merupakan kerangka model yang ditemukan oleh Davis (1989) dengan mengembangkan kerangka pemikiran terkait niat memanfaatkan sebuah teknologi informasi. TAM merupakan satu diantara banyak model penelitian yang berpengaruh dalam studi determinan penerimaan sebuah teknologi informasi. Terdapat banyak penelitian yang menggunakan TAM sebagai model dasar lalu dimodifikasi dengan beberapa variabel yang lain dengan hasil yang tentunya berbeda-beda. Seperti halnya Chuang, Liu, and Kao (2016) yang melakukan penelitian dengan menggunakan model TAM yang dimodifikasi dengan beberapa variabel lainnya seperti kepercayaan merek dan layanan untuk memahami pengaruh pada niat menggunakan. Penelitian ini menyatakan bahwa variabel kepercayaan merek dan layanan, dan persepsi kemudahan menggunakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dalam penggunaan layanan *fintech*. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi semakin digunakan dapat menumbuhkan kepercayaan dan mampu memberikan kemudahan. Temuan dari Chuang, Liu, and Kao (2016) berbeda dengan temuan yang dilakukan oleh Priyono (2017) yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh negative terhadap minat menggunakan *fintech* jenis Go-Pay. Keadaan ini tentu saja menandakan bahwa semakin rendah kepercayaan pengguna terhadap teknologi *fintech* maka akan semakin rendah minat untuk menggunakannya. Amalia (2018) dengan menggunakan pendekatan TAM dan *theory of planned behavior* (TPB) melakukan penelitian terkait *fintech* syariah yang dalam hal ini adalah Paytren sebagai salah satu alat pembayaran. Hasil dari kajian tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat, sikap, persepsi kemudahan penggunaan dan norma subjektif memiliki pengaruh terhadap minat untuk menggunakan aplikasi Paytren sebagai alat transaksi pembayaran.

Mengingat faktor-faktor yang digunakan pada penelitian sebelumnya belum sepenuhnya menjadi alasan kuat untuk menarik minat masyarakat dalam menggunakan sebuah teknologi, maka diperlukan faktor-faktor lain yang diharapkan bisa menjelaskan minat masyarakat dalam menggunakan sebuah



teknologi baru khususnya *fintech* syariah. Penelitian ini mencoba menggabungkan beberapa variabel tambahan seperti norma subjektif, kepercayaan, risiko dan *sharia compliance* sehingga dapat menjadi *gap* penelitian. *Sharia compliance* dianggap sebagai faktor yang penting mengingat objek penelitian merupakan layanan yang berbasis syariah serta belum ditemukan penelitian yang menggunakan variabel ini untuk melihat penerimaan *fintech* syariah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap teknologi baru dalam keuangan yaitu *fintech*. Selain itu penelitian ini juga dapat menambah pengetahuan dan wawasan terbaru terhadap teori-teori di dalam bidang keuangan. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi kepada masyarakat yang sudah ataupun akan menggunakan *fintech* syariah sebagai alat transaksi keuangannya.

TELAAH LITERATUR

***Fintech* Syariah**

Fintech merupakan industri baru yang terdiri atas perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi sebagai sistem keuangan dan penyampaian layanan keuangan yang lebih efisien (World Bank Group 2016; Nizar 2017). Sebagai alat inovasi yang baru, *fintech* merujuk kepada penggunaan *software* atau perangkat lunak dan *platform* digital yang bertujuan memberikan pelayanan keuangan kepada pengguna dalam berbagai bentuk. *Fintech* tidak terbatas pada sektor tertentu seperti pembiayaan pada model bisnis (*Peer to Peer*) *P2P lending*, tetapi juga meliputi kepada seluruh bentuk pelayanan dan produk yang secara tradisional disediakan oleh industri jasa keuangan (Arner, Barberist, Buckley 2015). Sama halnya dengan pengertian *fintech* secara umum, *fintech* syariah merupakan layanan keuangan secara teknologi yang mengutamakan prinsip-prinsip syariah sebagai dasar dalam operasionalnya.

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model atau diringkas dengan *TAM* merupakan model yang diusulkan oleh Davis, Bagozzi, and Warshaw (1989) membahas tentang teori penerimaan suatu teknologi yang baru. Model ini merupakan pengembangan dari *theory reasoned action* (*TRA*) yang digagas oleh (Ajzen and Fishbein 1977). Model ini memberikan suatu pemahaman yang lebih luas terkait penerimaan sebuah teknologi oleh penggunanya. Tujuan dari model *TAM* ini yaitu untuk menjelaskan faktor-faktor yang menjadi penentu penerimaan suatu teknologi berbasis informasi secara umum dan menjelaskan perilaku pengguna akhir (*end-user*) dari teknologi informasi tersebut dengan variasi yang cukup luas dari populasi pengguna. Kunci dari model *TAM* adalah menyediakan basis untuk mengetahui pengaruh dari faktor eksternal terhadap kepercayaan internal yaitu sikap dan niat (Siregar 2011).

Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Fishbein and Ajzen (1975) mendefinisikan norma subjektif (NS) sebagai persepsi seorang individu terkait dorongan dari orang-orang yang memiliki peran



penting terhadap dirinya untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Secara singkat bisa dipahami bahwa NS merupakan keyakinan pengguna terhadap keputusan yang akan dilakukan dengan pertimbangan orang-orang terdekat, sehingga norma subjektif berarti sebuah sikap untuk memperhitungkan pengaruh sosial atas perilaku dirinya. Amalia (2018); Niswah, Mutmainah, and Legowati (2019) di dalam penelitiannya menunjukkan bahwa NS memiliki pengaruh terhadap persepsi kegunaan sebuah teknologi yang baru. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi dorongan orang-orang dalam menggunakan sebuah teknologi maka akan berpengaruh terhadap semakin kuatnya persepsi dirinya akan kegunaan dari teknologi tersebut.

Persepsi Kegunaan (*Perceived usefulness*)

Menurut Davis (1989) persepsi kegunaan (PKG) adalah ukuran kepercayaan dari pengguna terhadap penggunaan sebuah sistem yang akan memberikan manfaat berupa meningkatkan kinerjanya. Seseorang akan cenderung menggunakan sebuah sistem teknologi informasi ketika mempunyai keyakinan bahwa aktivitas atau pekerjaannya akan lebih mudah dan akan mampu lebih meningkat ketika menggunakan teknologi tersebut. Hal ini menggambarkan bahwa suatu teknologi diterima dan dipercaya karena memiliki manfaat atau kegunaan bagi penggunanya. Oleh karena itu Davis (1989) memasukkan PKG ke dalam bagian dari *TAM*. Lebih lanjut Davis (1989) mendefinisikan PKG sebagai kondisi pengguna yang merasakan manfaat atas sistem teknologi informasi yang digunakan baik untuk meningkatkan kinerjanya atau mempermudah aktivitas pekerjaannya. Sebaliknya jika sistem teknologi informasi tersebut kurang memberikan manfaat maka pengguna tentu tidak akan menggunakannya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Nurul and Ningrat (2018) bahwa keputusan untuk menggunakan produk investasi *fintech* yang berbasis syariah dipengaruhi karena adanya kegunaan atau manfaat yang melekat pada teknologi tersebut. Sama halnya juga dengan yang dilakukan oleh Amalia (2018); Sari, Safitri, and Anggraini (2019); Priyono (2017); Siri, Fitriyani, and Herliana (2017) bahwa PKG akan berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan teknologi yang baru.

Persepsi Kemudahan Menggunakan (*Perceive Easy of Use*)

Persepsi kemudahan menggunakan (PKM) diartikan sebagai suatu keadaan atau kondisi seseorang yang percaya dan yakin bahwa dengan menggunakan sebuah sistem atau teknologi tidak harus dibantu oleh orang lain serta tidak membutuhkan usaha yang besar Davis (1989). Hal ini menandakan bahwa dengan menggunakan teknologi tersebut akan membebaskan pengguna dari masalah dan kerumitan. Dengan kata lain PKM merupakan ukuran sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi tertentu dia tidak membutuhkan usaha atau bantuan orang lain. Sehingga ketika sebuah teknologi baru dirasakan oleh pengguna mudah untuk digunakan, dan tidak membutuhkan tenaga dan waktu yang banyak, maka teknologi baru tersebut lebih mungkin diterima oleh pengguna (Chuang, Liu, and Kao 2016). Oleh karena itu PKM juga termasuk ke dalam model *TAM* yang diusulkan oleh Davis (1989); Amalia (2018) dalam kajiannya juga menunjukkan bahwa dengan adanya PKM turut mendorong pengguna untuk menggunakan *Paytren* sebagai salah satu teknologi terbaru dalam melakukan pembayaran, sedangkan Sari, Safitri, and Anggraini (2019)



menemukan bahwa kemudahan yang ditawarkan juga akan mendorong para milenial dalam memilih *mobile banking* sebagai salah satu teknologi keuangannya. Hal yang sama dilakukan oleh pengguna dompet digital yaitu Go-Pay (Priyono 2017).

Kepercayaan (*Trust*)

Di dalam suatu transaksi ekonomi, kepercayaan (KPC) menjadi aspek yang paling penting untuk mengidentifikasi perilaku seseorang. KPC menjadi hal yang penting karena akan mempengaruhi perilaku pengguna dan terbukti sangat penting ketika hal tersebut dikaitkan dengan lingkungan yang tidak pasti seperti halnya penggunaan *fintech* syariah. Menurut Pavlou (2014) KPC merupakan penilaian atas hubungan antara seseorang dengan orang lain yang melakukan transaksi tertentu, penilaian ini berdasarkan kesesuaian antara harapan dengan sebuah lingkungan yang dipenuhi dengan ketidakpastian. Bahkan dalam hal apapun, setiap interaksi membutuhkan elemen KPC, terutama yang dilakukan di lingkungan teknologi informasi yang tidak pasti. KPC juga akan membawa kepada tingkat kepuasan dari pengguna. Pengguna yang merasa puas akan layanan yang diberikan oleh pihak penyedia sistem teknologi akan menaruh tingkat KPC yang tinggi (Chuang, Liu, and Kao 2016).

Risiko (*Risk*)

Risiko (RSK) merupakan suatu keadaan yang sangat dihindari dalam melakukan aktivitas apapun, termasuk dalam penggunaan *fintech*. Hal ini wajar karena selain manfaat yang dirasakan sebuah inovasi tidak lepas dari adanya risiko. Di saat membuat keputusan tanpa mengacu informasi yang jelas akan berakibat kepada tingkat risiko atau ketidakpastian dalam menggunakan sebuah teknologi (Kim, Ferrin, and Rao 2008).

Kepatuhan Syariah (*Sharia Compliance*)

Sharia Compliance (SHC) merupakan bagian penting bagi industri keuangan syariah dalam segi pengelolaan maupun operasionalnya. Oleh karena itu harus ada dewan pengawas syariah (DPS) bagi setiap institusi keuangan yang berbasis syariah untuk mendukung setiap aktivitasnya. Salah satu dari tugas dewan pengawas syariah adalah untuk mengawasi penerapan kontrak maupun akad yang dipraktikkan di lembaga tersebut (Janusi 2012). Jika melihat sejarah perkembangan lembaga keuangan syariah, pemenuhan akan prinsip-prinsip syariah menjadi penting karena alasan dari lahirnya prinsip ini disebabkan munculnya kesadaran masyarakat muslim yang ingin menjalankan seluruh aktivitas keuangannya berdasarkan Al-Quran dan Sunnah. Oleh karena itulah, jaminan mengenai pemenuhan terhadap syariah (*SHC*) dari seluruh aktivitas *fintech* syariah merupakan hal yang sangat penting juga dalam kegiatan usaha *fintech* syariah.

Sikap (*Attitude*)

Sikap (SKP) merupakan wujud dari perasaan baik itu positif atau negatif yang dihasilkan ketika seseorang menggunakan sebuah teknologi baru. Ketika seseorang baik itu pengguna atau tidak memiliki sikap positif yang lebih tinggi terhadap kehadiran sebuah teknologi baru, maka niat untuk mengadopsi atau



menggunakan teknologi tersebut akan relatif lebih tinggi (Chuang, Liu, and Kao 2016). Dengan kata lain SKP merupakan cerminan dari perasaan suka atau tidak suka seorang individu melalui tingkah lakunya. Hal ini berarti bahwa SKP akan berkembang seiring waktu ketika individu tersebut mendapatkan pengalaman dari penggunaan teknologi yang digunakan. Aslam, Ham, and Arif (2017) di dalam penelitiannya terkait penggunaan *mobile payment* menunjukkan bahwa SKP memiliki pengaruh terhadap keputusan dalam menggunakan *mobile payment*. Chuang, Liu, and Kao (2016); Amalia (2018) juga menyatakan hal yang sama bahwa SKP memiliki pengaruh terhadap niat seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi yang baru.

Niat Menggunakan (*Intention Behaviour*)

Menurut Chuang, Liu, and Kao (2016) Niat menggunakan (NMG) merupakan dimensi yang berkaitan dengan kecenderungan perilaku individu untuk menggunakan suatu layanan teknologi informasi. Tingkat keinginan untuk menggunakan sebuah teknologi informasi pada seseorang dapat dilihat dari perilaku atau sikap individu tersebut terhadap teknologi yang dimaksud, misalnya keinginan untuk tetap menggunakannya dan keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Ketika sebuah layanan yang diberikan oleh teknologi informasi dianggap dapat menguntungkan dirinya, maka individu tersebut akan cenderung tetap menggunakan layanan teknologi informasi tersebut bahkan akan mengajak orang lain untuk ikut menggunakannya.

Penelitian-penelitian sebelumnya memberikan gambaran bahwa tingkat adopsi teknologi dapat mempengaruhi secara positif terhadap sikap dan keinginan untuk memakai layanan *fintech* dan *service* teknologi. Sehingga berdasarkan hasil penelitian-penelitian tersebut maka dapat diturunkan beberapa hipotesis sebagai berikut:

- H1: Norma subjektif (NS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan (NMG) *fintech* syariah.
- H2: Norma subjektif (NS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan (PKG) *fintech* syariah.
- H3: Persepsi kegunaan (PKG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap (SKP) menggunakan *fintech* syariah.
- H4: Kemudahan menggunakan (PKM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan (PKG).
- H5: Persepsi kemudahan menggunakan (PKM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (KPC).
- H6: Persepsi kemudahan menggunakan (PKM) berpengaruh positif dan signifikan sikap (SKP) untuk Menggunakan *Fintech* Syariah
- H7: Kepercayaan (KPC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap risiko (RSK) menggunakan *fintech* syariah.
- H8: Risiko (RSK) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap sikap (SKP) untuk menggunakan *fintech* syariah.
- H9: *Sharia compliance* (SHC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap (SKP) menggunakan *fintech* syariah.
- H10: Sikap (SKP) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan (NMG) *fintech* syariah.



METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang dilaksanakan di Yogyakarta pada tahun 2020 dengan populasi yaitu masyarakat yang berdomisili di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan tujuan agar dapat memperhatikan proporsi kategori dalam populasi pada penelitian ini. Pengambilan sampel berdasarkan pada masyarakat yang menggunakan *fintech*, sehingga sampel diperoleh sebanyak 150 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan kepustakaan. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan analisis *structure equation model partial least square (SEM-PLS)* dengan menggunakan alat bantu berupa *software SmartPLS Versi 3.2.9*.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Uji Validitas Data

Suatu indikator mampu dianggap *valid* ketika memiliki nilai AVE besar dari 0,5 atau memperlihatkan seluruh *outer loading* dimensi variabel memiliki nilai *loading* > 0,5 sehingga dapat dikatakan bahwa pengukuran tersebut memenuhi kriteria validitas konvergen (Chin 1998). Uji validitas diskriminan dapat jika nilai akar kuadrat AVE lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk (Ghozali 2006). Sedangkan cara lain untuk memenuhi uji validitas diskriminan adalah dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap *instrument* harus lebih dari 0,5 (Fornell and Larcker 1981). Berdasarkan hasil uji validitas pada estimasi model (Gambar 1), variabel NS memiliki nilai *loading* terendah 0,770 dan tertinggi 0,862. Variabel PKG memiliki nilai *loading* terendah 0,773 dan tertinggi 0,876. Variabel PKM memiliki nilai *loading* terendah 0,812 dan tertinggi 0,922. Variabel KPC memiliki nilai *loading* terendah 0,768 dan tertinggi 0,958. Variabel RSK memiliki nilai *loading* terendah 0,764 dan tertinggi 0,939. Variabel SHC memiliki nilai *loading* terendah 0,866 dan tertinggi 0,951. Variabel SKP memiliki nilai *loading* terendah 0,793 dan tertinggi 0,934. Variabel NMG memiliki nilai *loading* terendah 0,914 dan tertinggi 0,922. Hasil uji validitas dari semua item variabel yang ada, nilai *loading*nya lebih besar dari 0,5 maka data penelitian ini bisa dikatakan *valid*.

Uji Reliabilitas

Untuk menguji reabilitas suatu konstruk variabel, dapat dilihat melalui nilai *composite reliability*. Suatu konstruk akan dinyatakan *reliable* ketika memiliki *composite reliability* besar dari 0,7 (Chin 1998). Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7, sehingga data penelitian ini dapat dikatakan *reliable*.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan bentuk evaluasi *inner model* pada uji statistik pada penelitian ini. Pengujian hipotesis dengan menggunakan metode *SEM-PLS* dengan menggunakan alat uji SmartPLS Versi 3.2.9 yang diketahui nilai dari masing-masing variabel dalam penelitian ini. Variabel yang diuji meliputi variabel norma subjektif (NS), persepsi kegunaan (PKG), persepsi



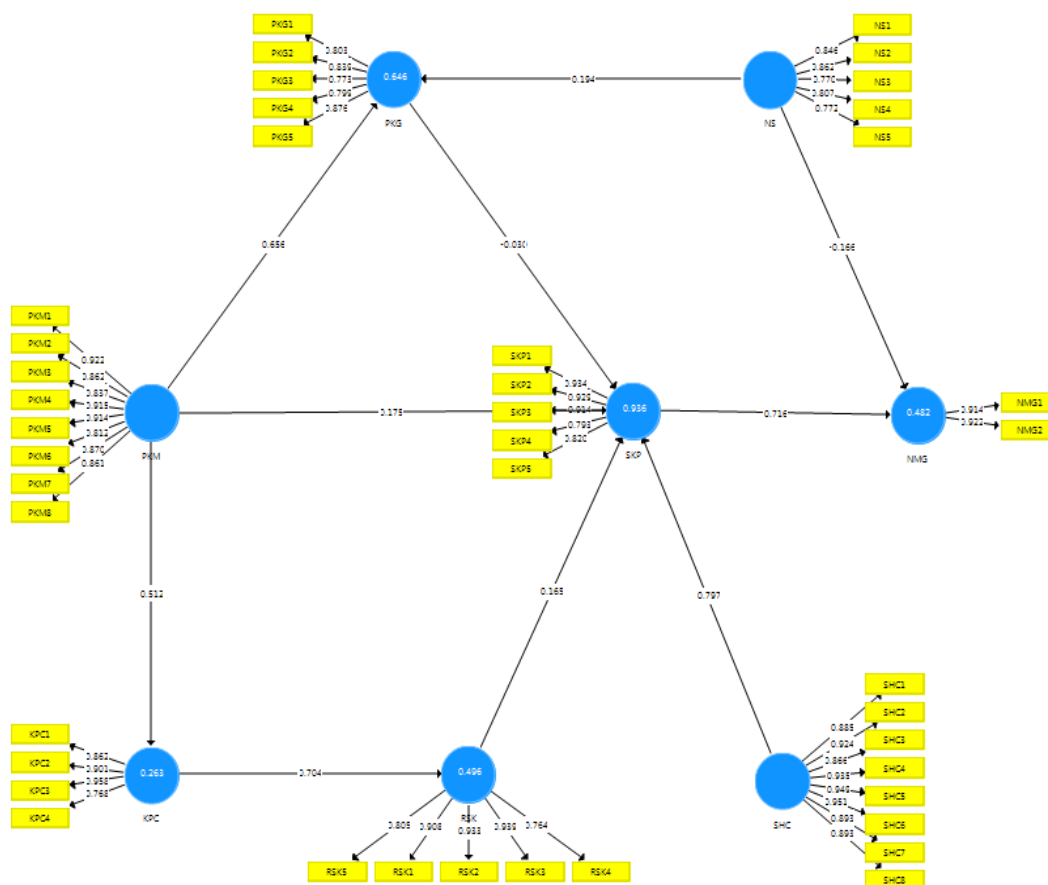
kemudahan menggunakan (PKM), kepercayaan (KPC), risiko (RSK), *sharia compliance* (SHC), sikap (SKP) dan niat menggunakan (NMG). Hasil ringkasan estimasi model untuk *path coefficients* pada Gambar 1 disajikan pada Tabel 2. Hasil uji hipotesis disajikan pada Tabel 2, dimana *p value* merupakan salah satu nilai penentu hasil hipotesis, jika *p value* < 0,05 maka hipotesis diterima, selain itu hipotesis ditolak.

Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas

<i>Variable</i>	<i>Composite Reliability</i>
Norma Subjektif (NS)	0,906
Persepsi Kegunaan (PKG)	0,910
Persepsi Kemudahan Menggunakan (PKM)	0,963
Kepercayaan (KPC)	0,929
Risiko (RSK)	0,941
<i>Sharia Compliance</i> (SHC)	0,975
Sikap (SKP)	0,945
Niat Menggunakan (NMG)	0,915

Sumber: data olahan

Gambar 1 Hasil Estimasi Model



Sumber: output SmartPLS



Tabel 2 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Path Coefficients	T Statistics	P Value
H1 NS → PKG	0,194	3,243	0,002
H2 NS → NMG	-0,166	2,598	0,012
H3 PKG → SKP	-0,030	0,970	0,343
H4 PKM → PKG	0,656	11,770	0,000
H5 PKM → KPC	0,512	12,021	0,000
H6 PKM → SKP	0,656	11,770	0,000
H7 KPC → RSK	0,704	15,686	0,000
H8 RSK → SKP	0,165	8,445	0,000
H9 SHC → SKP	0,797	32,282	0,000
H10 SKP → NMG	0,716	12,017	0,000

Sumber: data olahan

Berdasarkan Tabel 2, hasil pengujian menunjukkan pengaruh variabel NS terhadap PKG memiliki p value 0,002, berarti $0,002 < 0,05$ sehingga H1 diterima. Pengaruh variabel NS terhadap NMG memiliki p value 0,012, berarti $0,012 < 0,05$ sehingga H2 diterima. Pengaruh variabel PKG terhadap SKP memiliki p value 0,343, berarti $0,343 > 0,05$ sehingga H3 ditolak. Pengaruh variabel PKM terhadap PKG memiliki p value 0,000, berarti $0,000 < 0,05$ sehingga H4 diterima. Pengaruh variabel PKM terhadap KPC memiliki p value 0,000, berarti $0,000 < 0,05$ sehingga H5 diterima. Pengaruh variabel PKM terhadap SKP memiliki p value 0,000, berarti $0,000 < 0,05$ sehingga H6 diterima. Pengaruh variabel KPC terhadap RSK memiliki p value 0,000, berarti $0,000 < 0,05$ sehingga H7 diterima. Pengaruh variabel RSK terhadap SKP memiliki p value 0,000, berarti $0,000 < 0,05$ sehingga H8 diterima. Pengaruh variabel SHC terhadap SKP memiliki p value 0,000, berarti $0,000 < 0,05$ sehingga H9 diterima. Pengaruh variabel SKP terhadap NMG memiliki p value 0,000, berarti $0,000 < 0,05$ sehingga H10 diterima.

Setelah model yang diajukan diterima dan telah memenuhi syarat pengujian *outer model*, maka langkah yang harus dilakukan selanjutnya adalah melakukan pengujian *inner model* atau uji model struktural. Hasil pengujian *inner model* bisa dilihat dari nilai *R-Square*, tujuannya adalah untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel eksogen (independen) tertentu terhadap variabel endogen (dependen) (Abdillah and Hartono 2015).

Tabel 3 Nilai R-Square

Variable	R Square
Persepsi Kegunaan (PKG)	0,646
Kepercayaan (KPC)	0,263
Risiko (RSK)	0,496
Sikap (SKP)	0,936
Niat Menggunakan (NMG)	0,482

Sumber: data olahan

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa variabel PKG memiliki nilai *R-Square* sebesar 0,646, nilai tersebut menunjukkan variabel NS dan PKM mempengaruhi variabel PKG sebesar 64,6%, dan sisanya sebesar 35,4% dipengaruhi oleh



variabel lainnya. Variabel KPC memiliki nilai *R-Square* sebesar 0,263 yang berarti PKM mempengaruhi variabel KPC sebesar 26,3% sedangkan sisanya sebesar 73,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Nilai *R-Square* pada variabel RSK sebesar 0,496 yang menandakan variabel KPC mempengaruhi variabel RSK sebesar 49,6% sedangkan sisanya sebesar 50,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Variabel SKP memiliki *R-Square* sebesar 0,936 yang berarti variabel PKG, PKM, RSK dan SHC, mempengaruhi variabel SKP sebesar 93,6% sedangkan sisanya sebesar 6,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya. *R-Square* pada Variabel NMG sebesar 0,482 yang berarti bahwa variabel NS dan SKP mempengaruhi variabel NMG sebesar 48,2% dan sisanya sebesar 51,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pengaruh Norma Subjektif (NS) Terhadap Persepsi Kegunaan (PKG)

Hasil hipotesis pertama (H1) diterima, artinya norma subjektif berpengaruh terhadap persepsi kegunaan *fintech* syariah. Pada Tabel 2 H1 memiliki nilai *path coefficients* sebesar 0,194, sehingga norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan *fintech* syariah. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi norma subjektif yang dimiliki seseorang maka persepsi dirinya terkait kegunaan *fintech* syariah juga semakin tinggi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Amalia (2018); Niswah, Mutmainah, and Legowati (2019) bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap persepsi kegunaan atau manfaat. Semakin tinggi dorongan dari orang-orang terdekat yang dalam hal ini adalah keluarga, teman dekat, lingkungan masyarakat maka akan membentuk persepsi bagi penggunaannya akan manfaat dari *fintech* syariah.

Pengaruh Norma Subjektif (NS) Terhadap Niat Menggunakan (NMG)

Hasil hipotesis kedua (H2) diterima, artinya norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *fintech* syariah. Pada Tabel 2 H2 memiliki nilai *path coefficients* sebesar -0,166, sehingga norma subjektif berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan *fintech* syariah. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi norma subjektif yang dimiliki seseorang maka semakin rendah niat atau minat untuk menggunakan *fintech* syariah. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Monica and Tama (2017); Amalia (2018); Safitri, Musityo, and Wardhani (2019). Perbedaan hasil pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya didukung dengan adanya profil responden yang sebagian besar belum menggunakan *fintech* syariah. Keadaan ini menunjukkan bahwa rendahnya minat menggunakan *fintech* syariah dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial yaitu lingkungan, orang-orang terdekat atau tokoh-tokoh penting yang mengajak untuk menggunakan *fintech* syariah sebagai layanan keuangannya.

Pengaruh Persepsi Kegunaan (PKG) Terhadap Sikap (SKP)

Hasil hipotesis ketiga (H3) ditolak, artinya persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan *fintech* syariah. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi atau rendah persepsi kegunaan *fintech* syariah maka tidak ada pengaruh terhadap sikap seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. Hasil ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Niswah, Mutmainah, and Legowati (2019) bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh

terhadap sikap untuk menggunakan platform *fintech* sebagai tempat untuk melakukan donasi. Hal ini disebabkan karena *fintech* merupakan salah satu teknologi yang masih baru dan terus dalam tahap perkembangan, sehingga belum bisa diaplikasikan secara totalitas pada aktivitas sehari-hari. Kondisi ini juga didukung dengan pola pikir masyarakat yang masih dalam tahap tradisional, sehingga butuh waktu untuk merubahnya ke tahap modern.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan (PKM) Terhadap Persepsi Kegunaan (PKG)

Hasil hipotesis keempat (H4) diterima, artinya persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan *fintech* syariah. Pada Tabel 2 H4 memiliki nilai *path coefficients* sebesar 0,656, sehingga persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan *fintech* syariah. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan menggunakan maka semakin tinggi pula persepsi kegunaan *fintech* syariah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wixom and Todd (2005); Shipps and Phillips (2013); Priyono (2017); Amalia (2018); Sari, Safitri, and Anggraini (2019); bahwa para pengguna merasa dengan hadirnya sebuah teknologi mudah untuk dipelajari dan digunakan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan, sehingga mampu memberikan manfaat untuk menyelesaikan pekerjaan secara lebih cepat.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan (PKM) Terhadap Kepercayaan (KPC)

Hasil hipotesis kelima (H5) diterima, artinya persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh terhadap kepercayaan menggunakan *fintech* syariah. Pada Tabel 2 H5 memiliki nilai *path coefficients* sebesar 0,512, sehingga persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan menggunakan *fintech* syariah. Kepercayaan merupakan keyakinan yang kuat terkait sesuatu yang mampu diandalkan keberadaannya. Dalam penelitian ini masyarakat Yogyakarta berkeyakinan bahwa hadirnya teknologi berupa *fintech* syariah, mampu melakukan aktivitas keuangan yang dibutuhkan. Melalui persepsi kemudahan menggunakan yang dirasakan oleh pengguna, membuktikan bahwa *fintech* syariah dipercaya sebagai alat untuk mengelola kebutuhan keuangan yang diperlukan, baik itu kebutuhan dalam bentuk pembayaran, *crowdfunding*, berdonasi atau yang lainnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gefen, Karahanna, and Straub (2003); Pavlou (2014); Priyono (2017) bahwa ketika pemilik dari perusahaan teknologi mampu mengelola teknologi yang ditawarkan menjadi lebih mudah untuk digunakan dan dioperasikan maka dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut telah berkomitmen untuk menjaga hubungan antara dirinya dengan pengguna atau pelanggan. Oleh karena itu akan berpengaruh terhadap keyakinan pengguna bahwa teknologi yang dipilih dapat dipercaya. Sehingga hasil ini menandakan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan menggunakan *fintech* syariah maka semakin tinggi pula kepercayaan masyarakat untuk menggunakan teknologi tersebut.



Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan (PKM) Terhadap Sikap (SKP)

Hasil hipotesis keenam (H6) diterima, artinya persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan *fintech* syariah. Pada Tabel 2 H6 memiliki nilai *path coefficients* sebesar 0,656, sehingga persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dalam menggunakan *fintech* syariah. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi kemudahan dalam menggunakan *fintech* syariah maka semakin tinggi pula sikap seseorang untuk mengadopsi teknologi tersebut. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wixom and Todd (2005); Shipps and Phillips (2013); Chuang, Liu, and Kao (2016); Nurul and Ningrat (2018); Sari, Safitri, and Anggraini (2019) bahwa persepsi kemudahan menggunakan mempengaruhi sikap dari penggunaannya. Ketika sebuah teknologi mudah untuk digunakan, maka akan mempengaruhi sikap dari pengguna tersebut untuk mengadopsinya baik di masa sekarang maupun yang akan datang. Sari, Safitri, and Anggraini (2019) menjelaskan bahwa kemudahan menggunakan berpengaruh terhadap sikap untuk menggunakan *m-banking* syariah. Di saat pengguna *m-banking* syariah merasa mudah dan mampu mengoperasikan *m-banking* tersebut secara keseluruhan, maka pengguna tersebut akan beranggapan bahwa dengan menggunakan *m-banking* syariah untuk urusan bisnis atau pekerjaan merupakan ide yang menarik. Alasan ini tentu akan sama halnya bagi pengguna *fintech* syariah yang beranggapan bahwa dengan kemudahan yang ditawarkan oleh *fintech* syariah, maka secara tidak langsung akan mempermudah kebutuhan dari penggunaannya, baik itu dalam hal transaksi keuangan berupa pinjaman, pembayaran, berdonasai atau yang lainnya. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan pandangan dari model TAM yang menyatakan bahwa sikap seseorang akan keberadaan sebuah teknologi disebabkan oleh kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut sehingga orang tersebut tidak membutuhkan banyak usaha pada saat mengoperasikannya.

Pengaruh Kepercayaan (KPC) Terhadap Risiko (RSK)

Hasil hipotesis ketujuh (H7) diterima, artinya bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap risiko menggunakan *fintech* syariah. Pada Tabel 2 H7 memiliki nilai *path coefficients* sebesar 0,704, sehingga kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap risiko menggunakan *fintech* syariah. Risiko merupakan suatu akibat akan sebuah kejadian atau perbuatan yang merugikan pelaku atau penggunaannya. Penelitian ini kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap risiko menggunakan *fintech* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna *fintech* syariah menaruh kepercayaan yang sangat positif terhadap *fintech* syariah. Kepercayaan yang berasal dari kehebatan atau keandalan dari *fintech* syariah ini turut berpengaruh terhadap tingkat risiko yang akan dirasakan oleh penggunaannya. Meskipun pengguna merasa dengan memilih *fintech* syariah akan dihadapkan dengan risiko yang besar, akan tetapi dengan adanya kepercayaan tinggi dari penggunaannya hal itu tetap mendorong mereka memilih untuk menggunakan *fintech* syariah. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Priyono (2017) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif terhadap persepsi risiko.



Pengaruh Risiko (RSK) Terhadap Sikap (SKP)

Hasil hipotesis kedelapan (H8) diterima, artinya risiko berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan *fintech* syariah. Pada Tabel 2 H8 memiliki nilai *path coefficients* sebesar 0,165, sehingga risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dalam menggunakan *fintech* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko yang akan dihadapi pengguna *fintech* syariah maka akan berpengaruh secara positif terhadap sikap dalam menggunakan teknologi tersebut. Melihat dari nilai *path coefficient* yang positif mendekati nol, ini menunjukkan bahwa risiko tidak berpengaruh negatif terhadap sikap untuk menggunakan *fintech* syariah, hal ini memiliki kemungkinan bahwa perusahaan *fintech* syariah mampu meyakinkan penggunaannya bahwa risiko yang ada dapat ditekan dan diminimalisir.

Pengaruh Sharia Compliance (SHC) Terhadap Sikap (SKP)

Hasil hipotesis kesembilan (H9) diterima, artinya *sharia compliance* berpengaruh terhadap sikap seseorang dalam menggunakan *fintech* syariah. Pada Tabel 2 H9 memiliki nilai *path coefficients* sebesar 0,797, sehingga *sharia compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap seseorang dalam menggunakan *fintech* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *sharia compliance* yang dimiliki *fintech* syariah maka semakin tinggi pula sikap seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. Kondisi ini merujuk kepada persepsi pengguna bahwa ketika *fintech* syariah yang digunakan sudah patuh terhadap prinsip-prinsip syariah.

Pengaruh Sikap (SKP) Terhadap Niat Menggunakan (NMG)

Hasil hipotesis kesepuluh (H10) diterima, artinya sikap berpengaruh terhadap niat menggunakan *fintech* syariah. Pada Tabel 2 H10 memiliki nilai *path coefficients* sebesar 0,716, sehingga sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *fintech* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap seseorang terhadap *fintech* syariah maka semakin besar niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian yang dilakukan oleh Chuang, Liu, and Kao (2016); Aslam, Ham, and Arif (2017); Amalia (2018) yang menyatakan bahwa niat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap teknologi tersebut. Ketika seorang individu merasakan bahwa kehadiran *fintech* syariah memberikan dampak baik dan positif, maka niat orang tersebut untuk menggunakan *fintech* syariah semakin tinggi. Selain itu hasil penelitian ini juga mendukung model *TAM* yang diajukan oleh Ajzen and Fishbein (1977) yang menyatakan bahwa niat seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi didorong oleh sikap mereka terhadap teknologi tersebut. Hal ini juga menunjukkan bahwa sikap dari responden penelitian ini pada dasarnya mendukung atau menerima *fintech* syariah sebagai bentuk layanan keuangannya. Adanya sikap positif tersebut akan mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut di masa yang akan datang.



KESIMPULAN

Secara umum hipotesis yang diajukan diterima, kecuali hipotesis ketiga ditolak, yang mana persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan *fintech* syariah. Sedangkan faktor yang memiliki peran paling besar terhadap penerimaan *fintech* syariah adalah sikap dan *sharia compliance*. Hal ini mengingat bahwa semakin positif sikap seseorang terhadap sebuah teknologi maka semakin besar niat untuk mengadopsinya. Disamping itu hadirnya *sharia compliance* juga memperkuat sikap seseorang untuk mengadopsi *fintech* syariah sebagai layanan keuangan pribadinya. Karena selain manfaat yang didapatkan, pengguna juga akan merasa setiap transaksi yang dilakukan sudah berdasarkan prinsip syariah.

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi baru bagi para peneliti di masa mendatang yang memilih topik kajian yang sama terkait penerimaan sistem atau teknologi dibidang keuangan. Selain itu, dapat memberikan kontribusi mengenai hal apa saja yang mempengaruhi penerimaan *fintech* syariah di Indonesia, khususnya pada masyarakat Yogyakarta. Sehingga dapat dijadikan rujukan dan pertimbangan bagi perusahaan-perusahaan *fintech* syariah untuk dapat mengembangkan layanannya dan meningkatkan kualitas serta fungsi dari *fintech* syariah yang sudah ada saat ini.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 150 orang, yang mana dari sampel tersebut belum semuanya pengguna *fintech* syariah, sehingga belum bisa mewakili dari pengguna *fintech* syariah itu sendiri. Oleh sebab itu bagi peneliti selanjutnya agar dapat memperluas sampel serta dapat mengembangkan variabel yang belum digunakan pada penelitian ini, seperti pengetahuan terkait *fintech* syariah. Karena beberapa responden masih banyak yang belum tahu tentang *fintech* syariah dan manfaat apa saja yang akan didapat dari menggunakan *fintech* syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy, and Jogiyanto Hartono. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015.
- Ajzen, Icek, and M. Fishbein. 1977. "Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis And Review Of Empirical Research". *Psychological Bulletin* 84 (5), 888-918. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-2909.84.5.888>.
- Amalia, Siti Nur Annisa. 2018. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology (*FinTech*) Syariah (Paytren) Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran (Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB))". *IQTISHADUNA* 9 (1), 57-73. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/687>.
- Arner, Douglas W., Janos Barberist, Ross P. Buckley. 2015. "The Evolution of FinTech: A New Post-Crisis Paradigm?". *University of Hong Kong Faculty of Law Research Paper No. 2015/047 UNSW Law Research Paper No. 2016-62, 1-45*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.2676553>.



- Aslam, Wajeeha, Marija Ham, and Imtiaz Arif. 2017. "Consumer Behavioral Intentions towards Mobile Payment Services: An Empirical Analysis in Pakistan". *Market-Tržište* 29 (2), 161-176. <https://doi.org/10.22598/mt/2017.29.2.161>.
- Chin, Wynne W. 1998. *Modern Methods For Business Research: The Partial Least Square Approach to Structural Equation Modeling*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc. <http://www.researchgate.net/publication/232569511>.
- Chuang, Li-Min, Chun-Chu Liu, and Hsiao-Kuang Kao. 2016. "The adoption of fintech service: TAM perspective". *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)* 3 (7), 1-15. <https://www.ijmas.org/3-7/IJMAS-3601-2016.pdf>.
- Davis, Fred D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly* 13 (3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Davis, Fred D., Richard P. Bagozzi, Paul R. Warshaw. 1989. "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models". *Management Science* 35 (8), 982-1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>.
- Fishbein, M., and Icek Ajzen. 1975. *Belief, Attitude, Intention And Behaviour: An Introduction To Theory And Research*. MA: Addison-Wesley.
- Fornell, Claes, and David F. Larcker. 1981. "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable and Measurement Error". *Journal of Marketing Research* 18 (1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>.
- Gefen, David, Elena Karahanna, and Detmar W. Straub. 2003. "Trust and TAM in Online Shopping An Integrated Model". *MIS Quarterly* 27 (1), 51-90. <https://doi.org/10.2307/30036519>.
- Ghozali, Imam. 2006. *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan PLS, Edisi Kedua*. Semarang: BP Undip.
- Janusi, Rahman El. 2012. "Implementasi Syariah Governance Serta Implikasinya Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah". *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam* 12 (1), 91-115. <https://jurnal.iaiponorogo.ac.id/index.php/tahrir/article/view/48>.
- Kim, Dan J., Donald L. Ferrin, and H. Raghav Rao. 2008. "A Trust-Based Consumer Decision-Making Model In Electronic Commerce: The Role Of Trust, Perceived Risk And Their Antecedents". *Decision Support Systems* 44 (2), 544-564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>.
- Monica, Nina, and Annafi Indra Tama. 2017. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce". *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi & Komputerisasi Akuntansi*, 8 (1), 27-41. <http://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/jrak/article/view/803>.
- Nasution, Dewi Sartika. 2017. "Urgensi Fintech dalam Kurikulum Perguruan Tinggi". *IQTISHADUNA* 8 (2), 116-129. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/389>.
- Niswah, Farokhah Muzayinatun, Lu'liyatul Mutmainah, and Diah Ayu Legowati. 2019. "Muslim Millennial's Intention of Donating for Charity Using



- Fintech Platform”. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* 5 (3), 623-644. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i3.1080>.
- Nizar, Muhammad Afdi. 2017. “Teknologi Keuangan (Fintech): Konsep dan Implementasinya di Indonesia”. *Warta Fiskal* (5), 5-13. https://www.researchgate.net/publication/323629323_Teknologi_Keuangan_Fintech_Konsep_dan_Implementasinya_di_Indonesia.
- Nurul, Maulia, and R. Gratiyana Ningrat. 2018. “Adopsi Teknologi Muslim, Sikap dan Intensi Pembelian Produk Investasi Islam Menggunakan Financial Technology”. *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)* 3 (2), 155-175. <https://doi.org/10.33476/jeba.v3i2.958>.
- OJK. 2019. *Statistik Fintech Lending Periode Desember 2019*. Diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-Desember-2019.aspx>.
- Pavlou, Paul A. 2014. “Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model”. *International Journal of Electronic Commerce* 7 (3), 101-134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>.
- Priyono, Anjar. 2017. “Analisis Pengaruh Trust dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay”. *Jurnal Siasat Bisnis* 21(1), 88-106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>.
- Safitri, Ernita Oktaviana, Yusi Tyroni Musityo, and Niken Hendrakusuma Wardhani. 2019. “Analisis Perilaku Penggunaan Mobile Payment Aplikasi OVO Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Termodifikasi”. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* 3 (8), 8184-8189. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/6120>.
- Sari, Firdausa Kumala, Novita Safitri, and Wahyu Anggraini. 2019. “Trust on Sharia M-Banking: Evidence on Milenials Generations”. *JIES: Journal of Islamic Scholar*, 29-41.
- Shipp, Belinda, and Brandis Phillips. 2013. “Social Networks, Interactivity and Satisfaction: Assessing Socio-Technical Behavioral Factors as an Extension to Technology Acceptance”. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 8 (1), 35-52. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762013000100004>.
- Siregar, Khairani Ratnasari. 2011. “Kajian Mengenai Penerimaan Teknologi dan Informasi Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)”. *Rekayasa* 4 (1), 27-32. <https://journal.trunojoyo.ac.id/rekayasa/article/view/2322>.
- Siri, Moh., Fitriyani Fitriyani, and Asti Herliana. 2017. “Analisis Sikap Pengguna Paytren Menggunakan Technology Acceptance Model”. *Jurnal Informatika* 4 (1), 66-75. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ji/article/view/1613>.
- Wixom, Barbara H., and Peter A. Todd. 2005. “A Theoretical Integration of User Satisfaction and Technology Acceptance”. *Information System Research* 16 (1), 85-102. <https://www.doi.org/10.1287/isre.1050.0042>.
- World Bank Group. (2016). *The Little Data Book 2016*. World Bank Publications. <https://data.worldbank.org/products/data-books/little-data-book>.

