

# **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) GOPAY* PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA PALU.**

Raihanah Basalamah<sup>1</sup>, Nurdin Nurdin<sup>2</sup>, Ahmad Haekal<sup>3</sup>, Noval Noval<sup>4</sup>, Abdul Jalil<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Ekonomi Syariah, UIN Datokarama Palu

<sup>2</sup>Perbankan Syariah, UIN Datokarama Palu

<sup>3</sup>Ekonomi Syariah, UIN Datokarama Palu

<sup>4</sup>Perbankan Syariah, UIN Datokarama Palu

<sup>5</sup>Perbankan Syariah, UIN Datokarama Palu

---

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat penggunaan *fintech* gopay pada generasi milenial di kota Palu. Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif. Populasi penelitian merupakan generasi milenial yang ada di Kota Palu dengan jumlah 180.724. Sampel penelitian ini berjumlah 100 dengan teknik aksidental sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup yang di analisis menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serempak persepsi kemudahan dan risiko mampu menjelaskan perubahan terhadap minat menggunakan *fintech* gopay. Namun secara parsial hanya persepsi kemudahan yang berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* gopay, sementara risiko tidak berpengaruh signifikan. Hal ini disebabkan oleh generasi milenial tidak mementingkan risiko dalam melakukan pengambilan keputusan, hasil ini didukung oleh teori dari valensi dimana konsumen meminimalkan risiko terhadap penggunaan suatu produk dan jasa. Kesimpulan dari penelitian menunjukkan bahwa aplikasi gopay dianggap mudah dan memiliki risiko yang kecil. Berdasarkan hal tersebut maka disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini, menggunakan variabel yang tidak diteliti oleh peneliti dan mengembangkan penelitian ini dengan memilih objek yang lebih luas. Dengan mengangkat topik yang sama namun dengan menambahkan variabel agar dapat menggambarkan minat penggunaan *fintech*.

---

---

## INFORMASI ARTIKEL

### **Katakunci:**

Persepsi kemudahan,  
Risiko, Minat,  
*Financial technology*,  
Gopay, millenial

## 1. PENDAHULUAN

Saat ini dunia telah memasuki era globalisasi sehingga kebutuhan terhadap sebuah informasi menjadi hal yang penting.<sup>1</sup> Seiring dengan perkembangan teknologi, sistem informasi berbasis *internet* banyak digunakan saat ini. *Internet* merupakan salah satu media yang paling ekonomis untuk digunakan oleh manusia sebagai basis sistem informasi. Di Indonesia sendiri, *internet* juga sudah dikenal dan digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Perkembangan *internet* di Indonesia dari beberapa tahun mengalami peningkatan yang pesat. Bersamaan dengan peningkatan penggunaan *internet* dan teknologi, menjadi peluang bisnis baru bagi beberapa pihak yang kemudian menangkap peluang tersebut dengan menyediakan atau memanfaatkannya menjadi kegiatan bisnis.<sup>2</sup> Saat ini, pengguna *smartphone* di Indonesia sudah mencapai angka yang cukup fantastis yaitu 268,2 juta pengguna, dan 150 juta<sup>3</sup> diantaranya adalah pengguna *internet* yang mana 56 persen dari pengguna *smartphone* adalah pengguna *internet*.

Perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan perubahan dari berbagai aspek kehidupan, baik di bidang sosial, ekonomi, pendidikan, maupun budaya. Kebutuhan dalam penggunaan teknologi informasi tidak lepas juga dari penggunaan fasilitas *internet*, sehingga hal ini membuat semua

kebutuhan dalam melakukan transaksi bisnis semakin mudah, terutama dalam dunia keuangan. Selain itu, perkembangan teknologi informasi disertai dengan peningkatan jumlah pengguna dapat memberikan dampak bagi penyedia jasa keuangan dan *e-commerce*. Saat ini hampir semua penyedia jasa keuangan dan *e-commerce* memberikan layanan dengan menggunakan media elektronik atau yang biasa kita sebut dengan *financial technology*. Era globalisasi membuat kita mengenal berbagai macam teknologi yang mengharuskan kita untuk beradaptasi agar dapat mengikuti arus perkembangan dunia yang salah satunya adalah *financial technology*. Dalam sebuah makalah forum ekonomi dunia (*world economic forum (wef)*) yang baru, para pemimpin bisnis dari seluruh dunia mendesak masyarakat agar dapat proaktif dalam pengaturan standar di *fintech* atau *financial technology*.<sup>4</sup>

Saat ini, teknologi informasi telah berkembang sangat pesat, bidang finansial juga mendapat pengaruh ke arah yang lebih modern dan efisien. Akibat perkembangan teknologi informasi ini, maka muncul teknologi yang mengarah pada inovasi finansial dengan sentuhan teknologi modern dibidang jasa yang bernama *financial technology (fintech)*. *Fintech* memberikan potensi yang dapat menguntungkan berbagai pihak yang berada dalam

---

<sup>1</sup>Munir Fuady, Pengantar Hukum Bisnis (PT. Citra Aditya Bakti, Bandung : 2002) Jurnal Universitas Islam Indonesia, 2019., 127

<sup>2</sup> Fatimah Nadia "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Tokopedia Berbasis Mobile Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM)" JTSL, Vol. 2, No. 1, April 2021: 127.

<sup>3</sup>Kompas. "Pengguna Smartphone Tembus 1 Milyar" (2019). Diambil pada 22 Februari 2019, dari Kompas.com: <https://tekno.kompas.com>

<sup>4</sup>Aditya Ashrido Rachmatullah "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi Berbasis *Financial Technology* (Study Pada Karyawan Universitas Islam Indonesia)", no. 2019), 1.

industri keuangan. *Fintech* bersama pelaku bisnis *e-commerce* dan juga perusahaan *startup* merupakan pemain utama dalam perekonomian digital. Dengan *fintech*, proses transaksi keuangan menjadi lebih praktis dan aman.<sup>5</sup> *Financial Technology (FINTECH)* muncul seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini didominasi oleh pengguna teknologi informasi tuntutan hidup yang serba cepat. Penggunaan *fintech* dapat memaksimalkan pelayanan perbankan kepada konsumen. Permasalahan dalam transaksi jual-beli dan pembayaran seperti tidak sempat mencari barang ke tempat perbelanjaan, ke bank/atm untuk mentransfer dana, keengganan pelanggan mengunjungi tempat dimana pelayanan kurang menyenangkan. *Fintech* membantu transaksi jual beli sehingga sistem pembayaran menjadi lebih efisien dan ekonomis namun tetap efektif.<sup>6</sup>

Beberapa hal yang dapat dikategorikan kedalam bidang *fintech*, antara lain proses pembayaran, transfer uang, penjualan dan pembelian saham, proses peminjaman uang secara P2P, dan lain-lain. Model bisnis *e-commerce* berkembang tidak hanya di sektor jual beli produk, tetapi juga berkembang juga pada layanan bisnis lainnya, antara lain pelayanan transportasi seperti grab, gojek, kemudian pelayanan keuangan seperti gopay, modalku, uang teman, dan *t-cash*. Lembaga riset *international data*

*corporations (idc)*<sup>7</sup> mengumumkan daftar perusahaan *startup fintech* yang diprediksi akan berkembang pesat melampaui *fintech* lainnya di Indonesia. Di kategori pembayaran, gopay adalah salah satu layanan *fintech* yang diprediksi akan mengalami perkembangan pesat. Berdasarkan data sebelumnya ranking *e-wallet* di Indonesia juga didominasi oleh pemain lokal.

Hal ini bisa dikaitkan dengan suksesnya promosi dan *campaign* yang dilakukan oleh pengembang *e-wallet* Indonesia dan dukungan dari pemerintah dalam membawa Indonesia untuk lebih menjadi *cashless society*. Gopay, ovo, dana dan linkaja merupakan 4 *e-wallet* dengan jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak selama periode 2019-2020. Untuk aplikasi dengan total unduhan terbanyak juga diduduki oleh keempat pemain tersebut Gopay, ovo, dana dan linkaja. Sejalan dengan banyaknya pengguna aktif dari keempat pemain ini, Ipsos juga melakukan riset mengenai ketenaran dari masing masing dominan pengguna *e-wallet* dalam negeri. Hasilnya 58% dari responden memilih gopay sebagai *ewallet* paling familiar bagi mereka, diikuti ovo sebanyak 29%, dana 9% dan linkaja 4% responden.<sup>8</sup> Adapun perbedaan dari gopay dan ovo sebagai alat pembayaran nontunai ditandai dengan perbedaan dari segi layanan yaitu ovo merupakan aplikasi yang terpisah dengan aplikasi

---

<sup>5</sup> Intan Rahmatillah" Analisis Pengaruh Perilaku Penggunaan Teknologi *Fintech* Pada Generasi Millennial Di Kota Bandung" no. 5 Seminar Nasional VII Manajemen & Rekayasa Kualitas 2018, 15 November 2018, Itenas - Bandung.

<sup>6</sup> Chairul Iksan Burhanuddin" Tingkat Pemahaman dan Minat Masyarakat dalam Penggunaan *Fintech*" Riset dan jurnal akuntansi.3. no 1 (2018): 1

<sup>7</sup> Ika, Aprillia, .Perkembangan Industri Fintech Dalam Kacamata Asosiasi. 2018 Kompas [Online]. Tersedia: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/01/16/210000526/perkembangan-industri-fintech-di-2017-dalam-kacamata-asosiasi>. [4 Maret 2018].

<sup>8</sup> iPrice Group, "E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020" <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>.

grab, sedangkan gopay memiliki aplikasi yang masih satu bagian dari gojek sehingga lebih praktis dan memudahkan masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi, dan perbedaan selanjutnya dari segi fitur yang dihadirkan fitur gopay lebih mendominasi ketimbang fitur dari aplikasi ovo sendiri seperti pada gopay terdapat fitur Seluruh layanan di aplikasi gojek membayar PLN, BPJS kesehatan, kode *voucher*, *google play game*, *voucher cable tv & internet*, PDAM, gas, *multifinance*, pulsa, tiket bioskop, dan belanja di semua toko *online* yang bekerjasama, sedangkan fitur yang dihadirkan ovo sendiri hanya terdiri membayar, pulsa, paket, data, pascabayar, bpjs kesehatan, tv kabel, hooq, asuransi iuran, lingkungan. Dan sedangkan linkaja merupakan sistem *digital payment* berbasis sistem bank yang belum memiliki banyak fitur layanan didalamnya, hanya memiliki fitur layanan *top up* pulsa, dan transfer.<sup>9</sup>

Menurut penelitian Pew Research Center, generasi milenial tidak terlepas dari penggunaan teknologi, terlebih dengan *internet* karena hal tersebut sudah menjadi kebutuhan pokok yang penting di era sekarang.<sup>10</sup> Sehingga *Financial Technology (Fintech)* adalah sebuah solusi layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi digital dalam pengoperasiannya. Perkembangan teknologi yang semakin pesat yang mendorong munculnya berbagai inovasi di dunia bisnis khususnya dibidang layanan keuangan. Berbagai kemudahan dan manfaat ditawarkan untuk memudahkan penggunaannya. Namun hal

ini masih banyak yang belum memanfaatkan dan mengoptimalkan layanan keuangan dari produk *fintech*. Berdasarkan fenomena yang terjadi di masyarakat, terdapat banyak layanan *fintech* di Indonesia namun masih belum mengadopsi efektivitasnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur penerimaan masyarakat terhadap *fintech* gopay sebagai alat pembayaran pada generasi *cashless*. Untuk mengetahui ketertarikan konsumen untuk sering menggunakan gopay sebagai alat pembayaran, sehingga hal ini yang menjadi latar belakang pada penelitian ini.<sup>11</sup>

Dalam penelitian ini peneliti hanya akan melakukan penelitian pada penduduk Kota Palu yang tercatat 385.619 pada Badan Pusat Statistik Kota Palu dan peneliti hanya menetapkan populasi 180.724 orang yang termasuk sebagai kategori generasi milenial pengguna *fintech* gopay di Kota Palu. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pelaku pengguna *fintech* di kalangan generasi milenial. Yang akan berfokus pada persepsi kemudahan dan risiko yang dirasakan oleh pengguna *fintech* Gopay pada generasi milenial di Kota Palu.

Berdasarkan uraian latar belakang dan data-data di atas, maka peneliti ingin **“Mengetahui Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology (Fintech) Go-Pay* Pada Generasi Milenial Di Kota Palu”**.

<sup>9</sup> Anjar Priyono, Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi gopay, Jurnal siasat bisnis, Vol. 21, No. 1, 2017, 93

<sup>10</sup> Ahmad Irkham “ Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif

Mahasiswa Pengguna Elektronik E-wallet Di Kota Semarang (Skripsi diterbitkan, Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universita Negeri Semarang, 2020), 3

<sup>11</sup> Ibid., 9

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Minat Penggunaan

#### 2.1.1. Pengertian Minat Penggunaan

Walgito dalam Lolita Puspa Dewi, minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut.<sup>12</sup> Sedangkan menurut Witherington minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, situasi maupun, suatu soal tertentu yang menyangkut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar.<sup>13</sup> Menurut Jugiyanto dalam Meiliyah Ariani & Zulhawati minat perilaku adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu.<sup>14</sup> Slameto dalam Lolita Puspa Dewi, Menyatakan minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan.<sup>15</sup>

Faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap suatu hal, secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: umur, bobot, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian) dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat.<sup>16</sup> Terdapat beberapa indikator tentang minat yaitu sebagai berikut:

- 1) Minat Transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.
- 2) Minat Referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan atau menyarankan produk kepada orang lain.
- 3) Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.<sup>17</sup>

#### 2.1.2. Landasan Syariah

Q.S Al-Alaq/96: 3-5.

اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ لَا يَعْلَمُ الْإِنْسَانَ  
مَا لَمْ يَعْزَمْ

Terjemahnya:

"Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah. Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya".<sup>18</sup>

Imam Ghazali, mengatakan bahwa "belajar adalah suatu kewajiban yang begitu suci sehingga seseorang harus berangkat sekalipun ke negeri Cina demi ilmu pengetahuan. Yusuf Qardhawi, mengatakan bahwa "belajar adalah suatu upaya untuk mengikis habis kebodohan

<sup>12</sup> Ibid., 13

<sup>13</sup> Ibid

<sup>14</sup> Meiliyah Ariani dan Zulhawati, "pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Line Pay", Jurnal Electronic theses (2017), 458

<sup>15</sup> Lolita Puspa Dewi, Faktor-Faktor. 1

<sup>16</sup> Abdul Jalil, "Pengaruh Bagi Hasil Dan Kebutuhan Modal Terhadap Minat Umkm Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah Di Kota Palu" Jurnal

Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 2 No. 2 Tahun 2020: 190.

<sup>17</sup> Esthi Dwityanti, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan *Internet Banking Mandiri*" (Tesis yang diterbitkan), Universitas Diponegoro, Semarang, 2008), 20

<sup>18</sup> Kementrian Agama, "Quran Kemenag" official website kementrian agama pusat, <https://quran.kemenag.go.id/al.alaq/96>

dan membuka cakrawala alam semesta serta mendekatkan diri pada Tuhan.

Syariat Islam memberikan perhatian sangat besar terhadap ilmu pengetahuan. Dengan dibaca oleh orang lain, maka ilmu itu dapat dikembangkan. Dengan demikian, manusia dapat mengetahui apa yang sebelumnya belum diketahuinya, artinya ilmu itu akan terus berkembang. Demikianlah besarnya fungsi baca-tulis. Di antara bentuk kepemurahan Allah adalah Ia mengajari manusia mampu menggunakan alat tulis.<sup>19</sup> Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan tindakan terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut di dalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha (untuk mengetahui/mendekati/ memiliki/ menguasai/ berhubungan) dari subjek yang dilakukan ada perasaan senang, ada daya penarik dari objek. Dalam kaitannya dengan pembelian, seorang konsumen harus mempunyai keinginan terhadap produk terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut. Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi.<sup>20</sup>

## 2.2 Kemudahan

### 2.2.1. Pengertian Kemudahan

Davis F. D. Dalam Fathul Wahid, Menyatakan persepsi tentang kemudahan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. sistem lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.<sup>21</sup>

Indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain:

- 1) Teknologi informasi sangat mudah dipelajari.
- 2) Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.
- 3) Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan teknologi informasi.
- 4) Teknologi informasi sangat mudah untuk dioperasikan.<sup>22</sup>

Kemudahan yang dirasakan mempengaruhi sikap individu dalam dua mekanisme yaitu *self-efficacy* dan *Instrumentaly*. Semakin mudah teknologi digunakan maka akan meningkatkan *self efficacy* penggunanya. Kemudahan yang dirasakan juga memberikan dampak

---

<sup>19</sup>Yusuf Al-Qardhawi, Metode dan Etika Pengembangan Ilmu Perspektif Sunnah, (Bandung: Rosda, 1989), 187.

<sup>20</sup>Eka Sri Apriliana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'i(Studi Kasus Mahasiswi Uin Antasari Banjarmasin)"(Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah Volume 5, Nomor 1, Juni 2019): 19

<sup>21</sup> Davis, F. D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of

Information Technology." MIS Quarterly, (1989): 319-340.

<sup>22</sup> Ivanur Laila, "Analisis Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Manfaat, Keamanan, Dan Risiko Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Yang Menggunakan Mobile Banking Di Bank BRI Syariah KC Tulungagung" (Skripsi diterbitkan, IAIN Tulungagung, Tulungagung,2021): 23-24

dalam memperbaiki kinerja seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak kemudahan yang dapat dirasakan dari penggunaan teknologi atau sistem maka dapat mempengaruhi ketertarikan penggunaannya.<sup>23</sup>

2.2.2. *Landasan Syariah*  
Q.S Asy-Syarah/94: 5-6.

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Terjemahnya:

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan”.<sup>24</sup>

Dalam ayat ini, Allah Swt. mengungkapkan bahwa sesungguhnya di dalam setiap kesempitan, terdapat kelapangan, dan di dalam setiap kekurangan sarana untuk mencapai suatu keinginan, terdapat pula jalan keluar. Namun demikian, dalam usaha untuk meraih sesuatu itu harus tetap berpegang pada kesabaran dan tawakal kepada Allah Swt.. Ini adalah sifat Nabi saw, baik sebelum beliau diangkat menjadi Rasul maupun sesudahnya, ketika beliau terdesak menghadapi tantangan kaumnya. Walaupun demikian, beliau tidak pernah gelisah dan tidak pula mengubah tujuan, tetapi beliau bersabar menghadapi kejahatan kaumnya dan terus menjalankan dakwah sambil berserah diri dengan tawakal kepada Allah Swt. dan mengharap pahala daripada-Nya. Begitulah keadaan

Nabi saw sejak permulaan dakwahnya. Pada akhirnya, Allah Swt. memberikan kepadanya pendukung-pendukung yang mencintai beliau sepenuh hati dan bertekad untuk menjaga diri pribadi beliau dan agama yang dibawanya.<sup>25</sup>

2.3 *Risiko*

2.1.1. *Pengertian Risiko*

Menurut Al-Smadi, risiko dianggap sebagai persepsi pelanggan terhadap adanya ketidakpastian dan juga konsekuensi negatif untuk membeli produk atau memakai jasa. Sebelum menggunakan suatu teknologi seseorang tentu akan mempertimbangkan risiko dari penggunaan tersebut. Muhammad Fadhli, mengemukakan risiko merupakan sesuatu yang menghadirkan penilaian individu terhadap kemungkinan yang berhubungan atas hasil positif maupun negatif dari suatu transaksi atas situasi.<sup>26</sup>

Adapun yang menjadi indikator dari risiko yaitu :

- 1) Risiko Psikologi (*psychological risk*), perasaan, emosi ataupun ego yang dirasakan oleh individu karena membeli atau menggunakan suatu produk.
- 2) Risiko Keuangan (*financial risk*), individu merasakan masalah keuangan setelah membeli atau menggunakan suatu produk.
- 3) Risiko Kinerja (*functional risk*), individu tidak mendapatkan fungsi dari suatu produk sesuai yang mereka harapkan.

<sup>23</sup>Muhammad Wildan “ Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology* (Fintech) (Skripsi diterbitkan, Jurusan Ekonomi Islam, UIN Walisongo, Semarang, 2019): 30.

<sup>24</sup>Kementrian Agama, “Quran Kemenag” official website kementrian agama pusat, <https://quran.kemenag.go.id/asy-syarah/94>

<sup>25</sup> Ibid.

<sup>26</sup>Al-Smadi, M. dan S. A. A.-W. “Dampak E-Banking pada Kinerja Bank Yordania \_ Buka Jurnal Akses”. (2012): 38

- 4) Risiko fisik (*physical risk*), dampak negatif dari suatu produk yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakannya.
- 5) Risiko sosial (*social risk*), risiko ini dipengaruhi oleh lingkungan sekitar pengguna atas penggunaan suatu produk.<sup>27</sup>

#### 2.3.2. Landasan syariah

Q.S Al-Baqara/02: 177.

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ  
وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ  
الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ  
عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ  
وَاتَى السَّبِيلَ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ  
الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا  
عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالصَّرَاءِ وَحِينَ  
الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ  
الْمُتَّقُونَ

Terjemahnya:

“Kebajikan itu bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan ke barat, tetapi kebajikan itu ialah (kebajikan) orang yang beriman kepada Allah, hari akhir, malaikat-malaikat, kitab-kitab, dan nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabat, anak yatim, orang-orang miskin, orang-orang yang dalam perjalanan (musafir), peminta-minta, dan untuk memerdekakan hamba

sahaya, yang melaksanakan shalat dan menunaikan zakat, orang-orang yang menepati janji apabila berjanji, dan orang yang sabar dalam kemelaratan, penderitaan dan pada masa peperangan”.<sup>28</sup>

#### 2.4 Financial Technology (*Fintech*)

##### 2.4.1. Pengertian Financial Technology

*Technology financial* adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran.<sup>29</sup>

Menurut *National Digital Research Centre* (NDRC), istilah *fintech* merupakan suatu inovasi menggunakan teknologi yang modern dalam bidang finansial. Pada hakikatnya, *fintech* merupakan layanan keuangan berbasis teknologi, dimana *fintech* sebagai suatu layanan yang inovatif dalam bidang jasa keuangan yang menggunakan sistem secara online merupakan salah satu produk *fintech* seperti pembayaran tagihan listrik, cicilan kendaraan, ataupun premi asuransi yang dilakukan melalui online, baik pengiriman uang maupun pengecekan saldo dengan menggunakan *mobile banking* juga merupakan produk *fintech*.<sup>30</sup>

##### 2.4.2. Jenis-jenis Financial Technology

1) *Payment Settlement and Clearing fintech* ini yang memberikan layanan sistem

<sup>27</sup>Muhammad Wildan “ Pengaruh Persepsi kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology* (*Fintech*) (Skripsi diterbitkan, Jurusan Ekonomi Islam, UIN Walisongo, SEMARANG, 2019), 32

<sup>28</sup>Kementrian Agama, “Quran Kemenag” official website kementrian agama pusat, <https://quran.kemenag.go.id/al-hasyr/59>

<sup>29</sup>Bank Indonesia (Bi) “Mengenal Finansial Teknologi)” Situs Resmi Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Finansial-Teknologi.aspx>. 1 desember 2018

<sup>30</sup>Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2015). The Evolution of *Fintech*: A New Post-Crisis Paradigm? *Geo. J. Int'l L*, 1



pembayaran baik yang diselenggarakan oleh industri perbankan maupun yang dilakukan Bank Indonesia seperti Bank Indonesia seperti : gopay, ovo, linkaja, dana, flip, unique, t-cash, dan lain-lain.

2) *Crowdfunding dan Peer to Peer Lending(P2P lending) Marketplace* yang mempertemukan orang yang ingin mengajukan pinjaman dengan orang yang bersedia memberikan pinjaman. Sama seperti yang dilakukan oleh *Investree* sebagai pionir *peer-to-peer (P2P) lending marketplace*. *Investree* dan mayoritas portal *P2P lending* lainnya menjadikan proses pinjam meminjam menjadi lebih simpel karena prosedurnya yang tidak berbelit-belit dapat diselesaikan dalam waktu kurang dari seminggu dan lebih terjangkau.<sup>31</sup>

3) *Market Aggregator* merupakan portal yang mengumpulkan dan mengoleksi berbagai informasi pilihan layanan keuangan untuk disajikan kepada pengguna. Informasi tersebut kemudian dapat dibandingkan untuk menentukan produk keuangan terbaik mulai dari kartu kredit, kredit, asuransi, hingga investasi. Sebagai contoh, saat ini Anda sedang mencari produk kartu kredit dengan persyaratan tertentu. Dengan mengakses dan membandingkan informasi melalui portal *market aggregator*, anda bisa mempelajari kelebihan dan kekurangan setiap produk dan memilih kartu kredit yang

paling sesuai dengan persyaratan Anda.<sup>32</sup>

4) Manajemen risiko dan investasi yaitu suatu perencanaan keuangan dalam bentuk digital. Dengan *fintech* jenis ini, Anda akan dibantu untuk mengetahui situasi-kondisi keuangan Anda serta melakukan perencanaan keuangan secara mudah dan cepat. Cukup mengandalkan *smartphone*, anda tinggal mengisi data-data yang diminta untuk mengetahui rencana keuangan yang tepat, sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan Anda.<sup>33</sup>

#### 2.4.3. Dasar Hukum Penyelenggaraan Fintech dalam sistem pembayaran di Indonesia.

- 1) Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.
- 2) Surat edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP perihal penyelenggaraan layanan keuangan digital.
- 3) Peraturan Bank Indonesia No. 18/17/PBI/2016 tentang uang elektronik .

#### 2.4.3. Keuntungan Fintech

- 1) Bagi konsumen, *fintech* memberi manfaat berupa layanan yang lebih baik, pilihan yang lebih banyak dan harga yang lebih murah.
- 2) Bagi pemain *fintech* (perdagangan produk atau jasa), *fintech* memberi manfaat berupa menyederhanakan rantai transaksi, menekan biaya

<sup>31</sup>Rosalina dkk. "Aplikasi Crowdfunding Sebagai Perantara Penggalangan Dana Berbasis Website dan Facebook Application". Jurnal Infra (2015). Vol. 3 No. 2

<sup>32</sup> Clare Shakya dan Rebecca Byrnes, "Turning Up the Volume: Financial Aggregation

for Off-grid Energy". IIED Issue Paper, IIED, London. ISBN (2007) 178-1-78431-542-9

<sup>33</sup>Aolo Sironi, , "FinTech Innovation: From Robo-Advisor to Goal Based Investing and Gamification". Wiley:Hoboken, New Jersey. ISBN (2016) 978-1-119-22718-2 (ebk): 47

operasional dan biaya modal dan membekukan alur informasi.

- 3) Bagi suatu Negara, *fintech* memberi manfaat berupa mendorong transmisi kebijakan ekonomi dan meningkatkan kecepatan perputaran uang sehingga meningkatkan ekonomi masyarakat. Di Indonesia, *fintech* turut mendorong strategi nasional keuangan inklusif/SKNI.<sup>34</sup> serta mendorong kemampuan ekspor UMKM yang saat ini masih rendah.

### 2.5 Gopay

Gopay adalah salah satu sarana penyimpanan uang elektronik sebagai media pembayaran bagi pengguna aplikasi gojek seperti *go-food*, *go-ride*, *go-box*, *go-send*, *go-massage* dan lainnya yang ada dalam aplikasi tersebut, sehingga pengguna dari aplikasi gojek tidak perlu lagi menggunakan uang tunai ketika bertransaksi saat menggunakan aplikasi gojek.<sup>35</sup> Menurut Dwiantika, mengutip data Bank Indonesia, nilai transaksi *e-money* pada tahun 2016 tumbuh sebesar 33,69% menjadi Rp. 7,6 triliun dari tahun sebelumnya Rp. 5,28 triliun.<sup>36</sup>

Menurut peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 pasal 1 no 7 mendefinisikan bahwa *elektronik wallet* yang selanjutnya disebut dompet elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran pembayaran antara lain alat

pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran.<sup>37</sup>

Menurut (Phonthanukititthaworn), gopay merupakan dompet elektronik yang sudah tersistem di dalam aplikasi gojek sehingga pelanggan maupun pengemudi gojek hanya akan mengklik tombol yang sudah disediakan oleh sistem. Hal tersebut diharapkan perusahaan gojek dapat memudahkan pengadopsian pembayaran gopay pada pelanggan dan pengemudi gojek.<sup>38</sup>

### 2.6 Pengertian Generasi Milenial

Menurut Mannheim generasi adalah suatu konstruksi sosial dimana didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Lebih lanjut Mannheim menjelaskan bahwa individu yang menjadi bagian dari satu generasi, adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama.<sup>39</sup> Istilah generasi milenial memang sedang akrab terdengar. Istilah tersebut berasal dari *millennials* yang diciptakan oleh dua pakar sejarah dan penulis amerika, William Strauss dan Neil Howe dalam beberapa bukunya.<sup>40</sup>

Milenial *generation* atau generasi Y juga akrab disebut *generation me* atau *echo*

<sup>34</sup>Bank Indonesia (Bi) "Mengenal Finansial Teknologi" Situs Resmi Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Finansial-Teknologi.aspx>. 1 desember 2018

<sup>35</sup>M. Balya Haidiri."Analisis Faktor-faktor Berpengaruh Pada Gopay" (Jurnal Informatika dan Sistem Informasi (Juisi). 04 No. 1 (2018): 2

<sup>36</sup>Bank Indonesia (Bi) Situs Resmi Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Finansial-Teknologi.aspx>. 1 desember 2018

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> Silva Cita Cania."Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Gopay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek", Jurnal Universitas Islam Indonesia, (2018): 2

<sup>39</sup> Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. Essays on the Sociology of Knowledge, 24 (2019): 276-322-24.

<sup>40</sup>Strauss, William; Howe, Neil. *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Cartoons by R.J. Matson. New York, NY: Vintage Original, 2000: 370.

*boomers* atau makna lainnya yaitu karena adanya *booming* (peningkatan besar), Secara harfiah memang tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi yang satu ini. Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan generasi Milenial adalah milenial (juga dikenal sebagai Generasi Y) adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). ketika mendengar istilah “generasi milenial” pasti yang akan terlintas di benak kami adalah sekelompok remaja tanggung yang selalu memegang *smartphone* di tangan mereka. Namun, sejatinya generasi Y ini menurut para peneliti sosial dikelompokkan pada generasi yang lahir antara 1980-2000.

Jadi bisa dikatakan, orang-orang yang masuk ke dalam kategori ini ialah generasi muda yang saat ini berusia 15-34 tahun.<sup>41</sup> Menurut Hipwee ada beberapa karakteristik dari generasi milenial antara lain :

- 1) lebih dipercaya oleh kaum milenial ketimbang informasi satu arah kini sudah bukan zamannya lagi bagi kaum milenial untuk percaya pada produk iklan atau perusahaan besar.
- 2) Milenial wajib memiliki akun media sosial sebagai alat komunikasi dan pusat informasi Komunikasi dua arah kini rasanya tidak lagi harus bertatap muka, tapi lewat media sosial pun semua orang bisa tetap saling berkomunikasi tanpa henti. Banyak dari Generasi Y yang berinteraksi dan menjaga komunikasi lewat *text messaging* atau juga *chatting* di dunia maya.
- 3) Minat membaca secara konvensional kini sudah menurun karena generasi Y

lebih memilih membaca lewat *smartphone* mereka. Bukanya hilang begitu saja, memang masih banyak orang-orang yang suka membaca buku, tapi tidak lagi di toko buku melainkan lewat *ebook*. Mereka lebih suka membaca buku secara online karena tak mau repot atau menghabiskan waktu untuk pergi ke toko buku. Perilaku yang sudah mulai tergeser ini juga menjadikan generasi milenial lebih menyukai segala sesuatu secara visual. Mereka menganggap tulisan konvensional hanya akan membuatnya pusing, oleh karena itu mereka lebih memilih melihat sesuatu dengan gambar dan warna yang menarik.<sup>42</sup>

- 4) Milenial pasti lebih memilih ponsel daripada televisi. Menonton sebuah acara televisi kini sudah tidak lagi menjadi sebuah acara hiburan karena apapun bisa mereka temukan di telepon genggam.<sup>43</sup> Generasi yang memang lahir di tengah-tengah perkembangan teknologi ini memang sudah tidak lagi menjadikan televisi sebagai media utama mereka. *Internetlah* yang sangat berperan dalam keberlangsungan hidup kaum ini. *The Nielsen Global Survey Og E-commerce* juga melakukan penelitian terhadap pergeseran perilaku belanja para generasi *internet*. Penelitian ini dilakukan berdasarkan penetrasi *internet* di beberapa Negara.<sup>44</sup>

### **3. METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan jenis penelitian verifikasi.

---

<sup>41</sup> Catur Dedek Khadijah. “Transformasi perpustakaan untuk generasi milenial menuju revolusi industri 4.0”, Jurnal Iqra. Vol 12. No.02 (2018): 5

<sup>42</sup> Ibid.,6

<sup>43</sup> Ibid.

<sup>44</sup> Ibid., 7

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang hendak menguji korelasi verifikasi variabel independen dan dependen dengan pendekatan kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan dalam penelitian yang menggunakan data berupa angka.<sup>45</sup> Penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *fintech* gopay pada generasi milenial Kota Palu. data yang dihasilkan dari penyebaran angket atau kuesioner kepada masyarakat Kota Palu yang pernah bertransaksi menggunakan *fintech* gopay maupun yang belum pernah bertransaksi menggunakan *fintech* gopay. Adapun yang menjadi populasi penelitian adalah Dengan demikian penulis menyimpulkan dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah 180.724 orang yang termasuk sebagai kategori generasi milenial pengguna *fintech* gopay di Kota Palu.

Sampel untuk penelitian ini sebanyak 100 orang generasi milenial yang berminat menggunakan *fintech* gopay di Kota Palu, dengan pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*, sehingga data sampel akan berdasarkan ketersediaan elemen dan kemudahan mendapatkan data.<sup>46</sup> Data dikumpul melalui Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### *4.1 Sejarah Gopay*

PT Go-jek indonesia adalah suatu perseroan yang didirikan berdasarkan hukum Negara Republik Indonesia. Aplikasi ini merupakan aplikasi

perangkat lunak yang berfungsi sebagai sarana untuk menemukan layanan dengan menggunakan sepeda motor yang disediakan oleh pihak ketiga (pengemudi ojek) dan (penyedia layanan). Aplikasi ini menawarkan informasi tentang layanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan. jenis layanan yang dapat diminta melalui aplikasi adalah :<sup>47</sup>

- 1) Kurir Instan.
- 2) Layanan Keuangan.
- 3) Transportasi.
- 4) Pengiriman Makanan.
- 5) Pembelanjaan Pribadi.
- 6) Layanan lain yang dapat kami tambahkan dari waktu ke waktu.

Aplikasi ini memungkinkan anda untuk mengirimkan permintaan untuk suatu layanan kepada penyedia layanan. Penerima GPS - yang harus dipasang pada perangkat bergerak (smartphone) dimana anda telah mengunduh aplikasi mendeteksi lokasi anda dan mengirimkan informasi lokasi anda ke penyedia layanan terkait.

### *4.2 Visi dan Misi*

#### *4.2.1. Visi*

Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari seperti <sup>48</sup> pengiriman dokumen, belanja harian, dengan menggunakan layanan fasilitas kurir, serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Jakarta dan Indonesia kedepannya.<sup>49</sup>

#### *4.2.2. Misi*

- 1) Menjadikan PT Go-Jek Indonesia sebagai jasa transportasi tercepat

---

<sup>45</sup> Pedoman Modul Statistik FEBI Iain Palu.(2020).

<sup>46</sup> Syofian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif , Cet 4: Penerbit Kencana, Januari 2017, 32.

<sup>47</sup> Gojek Career. "Gojek Tech" Situs Resmi Gojek <https://www.gojek.io/>

<sup>48</sup> Ibid.,

<sup>49</sup> Ibid.,

dalam melayani kebutuhan masyarakat Indonesia.

- 2) Menjadikan PT Go-Jek Indonesia sebagai acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
- 3) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
- 4) Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan<sup>50</sup>.

#### 4.3 Hasil Penelitian

Dengan melihat uji t yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan *fintech* gopay. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien jalur persepsi kemudahan (X1) yang menunjukkan nilai 0,707 dengan nilai perolehan Sig. 0,000 < 0,1, dan risiko (X2) yang menunjukkan nilai -0,058 dengan nilai Sig. 0,428 > 0,1. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan lebih dominan dalam mempengaruhi minat generasi milenial dalam menggunakan *fintech* gopay di kota Palu. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya kesan positif yang diberikan oleh responden terhadap butir-butir pernyataan yang diajukan dari beberapa indikator persepsi kemudahan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin mudah penggunaan teknologi maka akan meningkatkan *self efficacy* penggunaanya. Selain itu, kemudahan yang dirasakan juga memberikan dampak dalam memperbaiki kinerja seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa

semakin banyak kemudahan yang dapat dirasakan dari penggunaan teknologi atau sistem maka dapat mempengaruhi ketertarikan penggunaanya.

Melihat dari uji F dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan dan risiko berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan *fintech* gopay pada generasi milenial dengan nilai F hitung sebesar 42,161 > 2,358 dan nilai Sig. 0,000 < 0,1 sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi kemudahan (X1) dan risiko (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara serempak terhadap minat menggunakan *fintech* gopay pada generasi milenial di kota Palu(Y).

Adapun perbedaan dari hasil ini dengan penelitian terdahulu yang merujuk pada penelitian Adhi Prakosa, hasilnya diperoleh bahwa faktor persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan pengalaman secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali *e-wallet* Gopay<sup>51</sup>. Sedangkan hasil dalam penelitian ini persepsi kemudahan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat dan risiko secara parsial tidak signifikan terhadap variabel Minat.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* gopay pada generasi milenial di kota Palu. Sementara risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* gopay pada generasi milenial di kota Palu. Secara

<sup>50</sup> Ibid.,

<sup>51</sup> Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan ulang e-wallet pada generasi

milenial di daerah istimewa yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72-85.

serempak Persepsi Kemudahan dan risiko berpengaruh secara serempak terhadap minat menggunakan *fintech* gopay pada generasi milenial di kota Palu.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan ulang e-wallet pada generasi milenial di daerah istimewa yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72-85.
- Ariani, Z. M. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Line Pay. In *Prosiding Conference On Management and Behavioral Studies* (pp. 457-467).
- Bank Indonesia (Bi) "Mengenal Finansial Teknologi" <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-FinansialTeknologi.aspx>. posted 1 desember 2018
- Burhanuddin, C. I., & Abdi, M. N. (2019). Tingkat pemahaman dan minat masyarakat dalam penggunaan fintech. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 3(1), 21-27.
- Cania, S. C. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan go-pay pada pelanggan maupun pengemudi go-jek.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Yarli, D. (2018). Analisis akad Tijarah pada transaksi fintech syariah dengan pendekatan maqhasid. *YUDISIA: Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam*, 9(2).
- Dwityanti, E. (2008). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap layanan internet banking mandiri studi kasus pada karyawan departemen pekerjaan umum jakarta (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Fuady, M. (2012). Pengantar Hukum Bisnis (Menata Bisnis di era Modern), PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Haidari, M. B., & Tileng, K. G. (2018). Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay. *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi (JUISI) Universitas Ciputra*, 4(01), 10-15.
- Irkham, A. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Prilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Electronic Wallet (E-Wallet) Di Kota Semarang. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Jalil, A., & Hamzah, S. A. (2020). Pengaruh Bagi Hasil Dan Kebutuhan Modal Terhadap Minat Umkm Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2), 178-198.
- Khadijah, C. (2019). Transformasi perpustakaan untuk generasi millennial menuju revolusi industri 4.0. *IQRA: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi (e-Journal)*, 12(2), 59-78.
- Kementrian agama. (2021). Quran Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/sura/10>.

- Kompas. "Pegguna Smart Phone Tembus Milyar". Diambil pada 22 Februari 2019, dari Kompas.com: <https://tekno.kompas.com> 2019. Kota Palu Dalam Angka 2020" (pdf). [www.palukota.bps.go.id](http://www.palukota.bps.go.id). hlm. 48. Diakses tanggal 20 Januari 2021.
- Laila, I. N. (2020). Analisis Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Manfaat, Keamanan Dan Risiko Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Yang Menggunakan Mobile Banking Di BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung.
- Nadia, F., Sudiadi, S., & Hartati, E. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Tokopedia Berbasis Mobile Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2(1), 126-136.
- Rahmatillah, I., Novirani, D., & Fitri, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Perilaku Penggunaan Teknologi Fintech Pada Generasi Millennial Di Kota Bandung.
- Strauss, William; Howe, Neil. Millennials Rising: The Next Great Generation. Cartoons by R.J. Matson. New York, NY: Vintage Original, 2000. 370.*