



**ANALISIS MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)* DI JAWA TENGAH**

<sup>1</sup>Ismi Khoiriyah, <sup>2</sup>Dian Apradika Kusumawati, <sup>3</sup>Ika Indriasari

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Semarang

[DianApradikaKusumawati@upgris.ac.id](mailto:DianApradikaKusumawati@upgris.ac.id)

**Info Artikel**

*Sejarah Artikel:*

Diterima : 30

November 2020

Disetujui : 14

Desember 2020

Dipublikasikan : 31

Desember 2020

Kata kunci :  
*Fintech*, Persepsi  
Kemudahan  
Penggunaan,  
Efektivitas,  
Kepercayaan,  
Risiko, Minat,  
Financial  
Technology.

*Keywords: Fintech,  
Perceived Ease of  
Use, Effectiveness,  
Trust, Risk, Interest,  
Financial  
Technology.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology (fintech)* di Jawa Tengah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Jawa Tengah yang memiliki akses terhadap internet dengan sampel yang diambil menggunakan metode *convenience* dan *snowball* sejumlah 100 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa keempat variable bebas berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* secara terpisah maupun secara simultan.

**ABSTRACT**

*This study was conducted to analyze the influence of perceived usefulness, perceived ease of use, trust, and perceived risk towards people's intention to use financial technology (fintech) in Central Java, Indonesia. The population was the residents who had access to the internet in Central Java. A hundred samples were drawn using convenience and snow ball sampling methods. Multiple linear regression was used to proof the hypothesis. The result showed that the four independent variables had significant influence on people's intention to use fintech. The influences were shown both for individual variable and silmutaneously.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital salah satunya ditandai dengan meningkatnya penggunaan internet di lingkungan masyarakat. Henri Kasyfi selaku Sekretaris Jenderal Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2019) menyatakan hasil survey asosiasinya yang menunjukkan bahwa tiga tahun terakhir penetrasi internet meningkat sebesar 54,86%. Berdasarkan data survey pada tahun 2018, total 171,17 juta jiwa penduduk Indonesia atau sekitar 64,8% dari total populasi Indonesia telah terhubung dengan internet.

Menurut Suyanto (2019), perkembangan teknologi ini mempengaruhi pola hidup masyarakat di berbagai bidang, khususnya ekonomi. Saat ini, kita diibaratkan dalam kondisi di mana “Dunia ada dalam Genggaman Manusia.” Dari *smartphone* di genggaman kita, kita dapat mengakses apapun yang kita inginkan, mulai dari hiburan, hingga transaksi jual beli dan pengiriman uang.

*Fintech (Financial Technology)* adalah perusahaan yang memiliki tujuan utama untuk membuat sistem keuangan menjadi lebih efisien dengan memanfaatkan teknologi informasi pada internet. Jika dilihat dari asal katanya, *fintech* adalah gabungan dari kata *finance* (keuangan) dan *technology* (teknologi), dimana secara bersama mengacu pada modifikasi perusahaan yang bersatu dari layanan keuangan dengan teknologi informasi (Suyanto, 2019).

Dewasa ini jumlah perusahaan penyelenggara *fintech* di Indonesia terus

mengalami peningkatan. Terakhir, pada tahun 2019 tercatat 113 *fintech* terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Jumlah ini meningkat sebanyak 29,9% dari data pada tahun 2018 yang hanya berjumlah 87 perusahaan.

Pesatnya perkembangan *fintech* tersebut menjadi perhatian yang serius bagi Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan. Titik berat perhatian mereka terletak pada kenyamanan dan keamanan saat masyarakat bertransaksi.

Menurut Amalia (2018), *fintech* di Indonesia paling banyak digunakan untuk pembayaran (42,22%), pinjaman (17,78%), dan aggregator (12,59%). Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat lebih gemar menggunakan aplikasi *fintech* jenis pembayaran. Kemudian peneliti melakukan observasi dengan hasil bahwa produk layanan digital yang digunakan masyarakat di Jawa Tengah yaitu seperti: Go Pay, OVO, Shopee Pay, Grab Pay, dan sebagainya.

Saat ini di Indonesia sendiri *fintech* memiliki beberapa jenis. Dalam penelitian Suyanto (2019), Junanto Herdiawan selaku *Acting Head of Financial Technology* Bank Indonesia membuat klasifikasi mengenai jenis-jenis *fintech* di Indonesia yaitu:

1. *Crowdfunding* dan *peer-to-peer (p2p) lending*;
2. *Market aggregator*;
3. *Risk and investment management*; dan
4. *Payment, settlement, and clearing*.

Selain itu, berbagai produk inovasi telah bermunculan serta didukung oleh banyaknya peningkatan pengguna Internet di Indonesia. Hal ini

membuktikan bahwa Indonesia sangat berpotensi dalam pengembangan *fintech*. Dengan perkembangan *fintech* ini diharapkan seluruh masyarakat lebih berminat melakukan transaksi non tunai.

Tujuan diadakannya sebuah inovasi teknologi adalah agar setiap individu lebih mudah dalam melakukan aktivitas sehari-hari, sehingga dapat meningkatkan produktivitas bagi masyarakat. Namun saat ini masyarakat pada umumnya belum mencoba menggunakan layanan berbasis digital seperti *fintech*. Masyarakat lebih suka melakukan transaksi pembayaran untuk membeli suatu barang dan jasa masyarakat dengan menggunakan uang tunai. Sekretaris Jenderal APJII Henri Kasyfi menyatakan bahwa hasil survey yang dilakukannya terdapat presentase sebesar 7,39% layanan internet yang digunakan masyarakat untuk mengakses layanan keuangan. Sedangkan menurut hasil observasi yang dilakukan peneliti sebelumnya oleh Wildan, beberapa mahasiswa di Semarang tidak berminat menggunakan layanan *fintech* karena menurut mereka penggunaan *fintech* lebih ribet. Sehingga lebih memilih bertransaksi menggunakan uang tunai.

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian secara ilmiah dalam dengan judul “Analisis Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology (Fintech)*”. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna internet di Jawa Tengah.

## LANDASAN TEORI

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

Teori ini menerangkan tentang tanggapan individu terhadap perkembangan teknologi. Davis (1986) menyatakan bahwa berdasarkan teori *TAM*, minat berperilaku dipengaruhi oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi informasi.

Teori ini bertujuan untuk menentukan determinan dari penerimaan teknologi di masyarakat.

### **Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*)**

Menurut Yani, dkk., (2018) persepsi kemudahan penggunaan berarti seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi akan mudah dan tidak merepotkan (*free of effort*).

Dimensi persepsi kemudahan penggunaan, menurut Lee dan Wan (2010) dalam Karim (2017) ada tiga, yaitu:

1. Individu mudah dan terampil dalam menggunakan suatu teknologi;
2. Teknologi tersebut mudah dipelajari; serta
3. Teknologi tersebut sangat mudah dioperasikan.

Beberapa penelitian terdahulu seperti Priambodo dan Prabawani (2016), Amalia (2018), Anarija dan Rante (2018), serta Venkatesh & Davis (2000) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*.

### **Persepsi Manfaat**

Menurut Irmadhani (2012), persepsi manfaat adalah tingkat

keyakinan pengguna bahwa teknologi yang digunakan dapat meningkatkan kinerja mereka. Dimensi dari persepsi manfaat (*perceived usefulness*) ini menurut Venkatesh & Davis (2000) ada empat, yaitu:

1. Meningkatkan kinerja;
2. Meningkatkan produktivitas;
3. Meningkatkan efektivitas; dan
4. Bermanfaat bagi individu.

Beberapa penelitian terdahulu seperti Priambodo dan Prabawani (2016), Anarija dan Rante (2018), serta Venkatesh & Davis (2000) mengemukakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*.

### **Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan ukuran keyakinan seseorang dalam mempercayai orang lain untuk dipercaya tanpa harus mengawasi dan mengendalikannya. (Bella dalam Azizi, 2016).

Dimensi kepercayaan menurut Chuang, *et.al.* (2016) dalam Eltin (2019), ada tiga, yaitu:

1. Persepsi kualitas layanan;
2. Keyakinan pada layanan; dan
3. Persepsi keamanan layanan.

Dalam penelitiannya, Kurnianingsih dan Maharani (2020) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*.

### **Persepsi Risiko**

Menurut Oentario (dalam Syahril, 2017), persepsi risiko adalah prediksi konsumen tentang potensi ketidakpastian dari transaksi *online*. Dimensi dari

risiko, sebagaimana dikembangkan dari Pavlou dalam Wildan (2019) ada tiga, yaitu:

1. Ada potensi ketidakpastian yang ditimbulkan;
2. Ada potensi kerugian; dan
3. Ada anggapan bahwa produk tersebut memiliki potensi ketidakpastian.

Priambodo dan Prabawani (2016) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*.

### **Minat**

Shomad dan Purnomosidhi (2012) dalam Rahayu (2018) mendefinisikan minat sebagai dorongan atau keinginan bagi individu untuk melakukan perilaku tertentu. Hal ini berarti, tanpa adanya minat, seseorang tidak mungkin melakukan suatu perbuatan.

Menurut Jogiyanto (2007) dalam Wildan (2019), dimensi minat ada tiga macam, yaitu:

1. Rasa ingin menggunakan;
2. Keadaan selalu menggunakan; serta
3. Dorongan untuk terus menggunakan di masa yang akan datang.

Dari paparan teori tersebut, disusun ringkasan hipotesis sebagai berikut:

1. H<sub>1</sub>: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech*.
2. H<sub>2</sub>: Efektivitas berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech*.

3. H<sub>3</sub>: Kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech*.
4. H<sub>4</sub>: Risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech*.

## METODE

Untuk melakukan uji hipotesis, desain penelitian yang terbaik adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini akan diuji secara statistik dengan alat uji regresi linier berganda. *Software* yang digunakan untuk pengujian tersebut adalah SPSS 23.

Dari berbagai sumber seperti Sekaran (2003) dalam Ferdinand (2013) dikemukakan bahwa pedoman umum untuk menentukan ukuran sampel untuk analisis regresi adalah 25 kali dari jumlah variabel independen. Pada penelitian ini, terdapat 4 variabel independent sehingga dibutuhkan 100 sampel.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh penduduk di Jawa Tengah yang memiliki akses terhadap internet. Jenis populasi tersebut termasuk populasi yang sulit untuk ditentukan bingkai sampelnya. Oleh karena itu, menurut Ferdinand (2013), peneliti diperbolehkan untuk menggunakan *non probability sampling method*. Akan tetapi, keterbatasan dari penggunaan metode ini adalah kesulitan menggeneralisasi hasil dari penelitian.

Jenis *non probability sampling method* yang digunakan dalam penelitian ini adalah convenience sampling dan snowball sampling. Pada awalnya, peneliti menyebarkan kuesioner secara online kepada beberapa responden yang

masuk di dalam elemen populasi. Setelah itu, peneliti meminta kepada responden tersebut untuk turun menyebarkan kuesioner tersebut kepada kenalan mereka.

Penelitian ini menggunakan kuesioner online yang dibuat dengan *platform* Google Form. Hal ini dilakukan agar kuesioner dapat menjangkau seluruh wilayah Jawa Tengah dengan biaya yang lebih efisien. Kuesioner disebar mulai tanggal 11-16 Mei 2020 dengan melakukan pembatasan pada jumlah responden yang masuk.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang telah diolah, berikut adalah hasil dari Uji R Square dari penelitian ini:

**Tabel 1. Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)  
Model Summary<sup>b</sup>**

Mode	R	Adjusted R	Std. Error of the Estimate
1	.793 <sup>a</sup>	.628	.613

Sumber : data primer yang diolah, 2020

Dari table di atas, dapat dilihat bahwa *Adjusted R Square* bernilai 0,613. Artinya, empat variabel independen pada model penelitian ini menambah penjelasan sebesar 61,3% pada varians dalam variabel minat menggunakan *fintech*.

Selanjutnya, untuk memvalidasi model regresi tersebut, digunakan alat uji F. Hasil uji F tersebut dapat dilihat pada tabel berikutnya.

**Tabel 2. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	817.291	4	204.323	40.136	.000 <sup>b</sup>
Residual	483.619	95	5.091		
Total	1300.910	99			

Sumber : data primer yang diolah, 2020

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai p value di bawah 0,05. Oleh karena itu, keempat variabel independen pada penelitian ini dinilai mampu mempengaruhi variabel minat menggunakan fintech secara simultan pada alpha 5%.

Terakhir, untuk memahami besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel minat pembelian, kita dapat melihat hasil Uji Regresi Linier Berganda pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1. Hasil Regresi Linear Berganda**

	Koefisien	T	Sig
Konstanta	1,096	0,465	0,643
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,220	2,062	0,042
Persepsi Manfaat	0,243	2,261	0,026
Kepercayaan	0,355	5,048	0,000
Persepsi Risiko	0,160	2,725	0,008

Sumber : data primer yang diolah, 2020

Persamaan regresi berganda dari table di atas adalah:

$$Y = 1,096 + 0,220 X_1 + 0,243 X_2 + 0,355 X_3 + 0,160 X_4$$

Tabel di atas menerangkan hasil dari uji hipotesis 1 sampai dengan 4. Hasil uji di atas mendukung Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi

menggunakan financial technology (fintech), juga Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech. Selain itu, Hasil di atas juga mendukung Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech, serta Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech.

Di antara keempat determinan, kepercayaan memiliki pengaruh terbesar terhadap minat penggunaan *fintech*, yaitu sebesar 0,355, sedangkan persepsi terhadap risiko memiliki pengaruh terkecil.

## Pembahasan

Senada dengan hasil penelitian Kurnianingsih dan Maharani (2020), kepercayaan memiliki pengaruh terbesar terhadap minat menggunakan *fintech*. Hal ini cukup menarik mengingat kebanyakan penelitian terdahulu masih terfokus pada persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sebagai determinan utama dalam menggunakan *fintech*.

Secara sosial budaya, hal ini kemungkinan terjadi karena keberadaan *fintech* di Indonesia masih memasuki tahap awal sehingga masyarakat masih cenderung mencari tahu apakah layanan tersebut dapat dipercaya atau tidak. Hal ini berbeda dengan di negara barat, di mana keberadaan *fintech* telah mulai marak sejak tahun 2000 sebagaimana dimuat dalam penelitian Venkatesh & Davis (2000).

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*. Di samping itu, persepsi risiko berpengaruh secara negative dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*.

### Saran

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan memegang peranan terbesar bagi minat masyarakat untuk menggunakan *fintech*. Oleh karena itu, untuk percepatan adopsi *fintech* bagi masyarakat diperlukan edukasi guna meningkatkan nilai kepercayaan tersebut. Proses edukasi ini dapat dilakukan secara bersamaan antara institusi pendidikan, korporasi, dan pemerintah.

Di samping itu, untuk meningkatkan kepercayaan, pemerintah juga diharapkan dapat turut serta membangun lingkungan yang aman dan kondusif bagi penggunaan *fintech*. Sampai saat ini, sesuai dengan keterangan dari Staff Polres Pedurungan, Indonesia masih belum memiliki jalur pelaporan dan penanganan yang jelas untuk kasus tindak kriminal *cyber*.

Bagi penelitian berikutnya, eksplorasi dengan menggunakan variabel mediasi atau moderasi dapat dilakukan. Selain itu, pengambilan sampel menggunakan metode stratifikasi juga

kan membuat hasil penelitian dapat di generalisasi dengan lebih baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- 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. Vol.IX No.1.
- Anarjia, Kevin dan Jones Z. Rante. 2018. "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik Sakuku PT. Bank Central Asia, Tbk KCU Cikarang". *Jurnal Sistem Informasi*, Institut Bisnis dan Multimedia ASMI, Jakarta. Vol. 1 No.2.
- APJII. 2018. Pengguna dan Perilaku Internet Indonesia. Buletin APJII.
- APJII. 2019. Survei APJII yang Ditunggu-tunggu, Penetrasi Internet Indonesia 2018. Buletin APJII.
- Azizi, Muamar. 2016. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan E-Banking pada PT Bank BNI Syariah KC Yogyakarta*. Skripsi. Salatiga :FEBI IAIN Salatiga.
- Catradiningrat, R. M. Yusuf. (2017). *Towards Financial Inclusiveness Through Financial Technology*, National Seminar Development Economics Event 2017, Research

- and Development of Academics HMPSEP 2016/2017.
- Chuang, Lui, dan Kao. 2016. The Adoption of Fintech Service: TAM Perspective. *International Journal of Management and Administrative Science*. Vol.3. ISSN : 2225-7225.
- Davis et.al. *A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End User Information System Theory And Result*. Doctoral Dissertation. Soan School Management, Massachusettsinstitute Of Technology. 1998.
- Davis, F.D., Bagozi, R.P., Warshaw, P.R., *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*. *Management Science* Vol. 35, No. 8. Pp. 982-1003, 1989.
- Eltin, Ghina Qothrunnada. 2019. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Berperilaku Dalam Mengadopsi Financial Technology (Fintech)*. Skripsi, Lampung: FEB Universitas Lampung.
- Fedinand, Augusty. 2013. *MEtode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gefen, Karahanna, dan Straub. 2003. Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quartely*. Vol.27.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, Mahmud M. 2014. “*Manajemen Risiko*”. Yogyakarta: UPP STIMPYKPN. Harefa, Alvani Amaerita dan Posma Sariguna Johnson Kennedy. 2018. “Financial Teknology, Regulasi Adaptasi Perbankan di Indonesia”. *Fundamental Management Journal*, Jakarta. Vol. 3 No. 1.
- Immawati, Siti Asriah dan Dadang. 2019. “Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Teccnology (Fintech)* di Kota Tangerang”. *Jurnal Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Tangerang*.
- Irmadhani dan Mahendra Adi Nugroho.2012. Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal FE UNY*, Vol. 1 No. 3. [Online]
- Karim, Mustofa Abdul. 2017. *Pengaruh Sistem Pembayaran Go-pay Menggunakan TAM (Technology Acceptence Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek*. Skripsi. FE UII.
- Kennedy, P. S. J. 2017. Literature Riview : Tantangan Terhadap Ancaman Disruptif dari Financial Technology dan Peran Pemerintah dalam Menyikapinya, (2), 171–182
- Kurnianingsih, Heny dan Trisna Maharani. 2020. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan

- terhadap Minat Penggunaan *E-Money* di Jawa tengah. *Jurnal Ilmia Akuntansi dan Teknologi*. Vol. 12. No. 1
- Kusumawati, Rafi Irbah dan Brady Rikumahu. 2019. "Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Analisis Niat Perilaku Penggunaan Internet Banking pada Mahasiswa Universitas Telkom". *Jurnal Mitra Manajemen (JMM)*, Universitas Telkom. ISSN 2614-0365, e-ISSN 2599-087X. Vol.3.No.2. <http://e-jurnalmitramanajemen.com>.
- Lee, C., & Wan, G. (2010). Including subjective norm and technology trust in the technology acceptance model. *ACM SIGMIS Database*, 41(4), 40. <https://doi.org/10.1145/1899639.1899642>.
- Lee dan Shin. 2017. Fintech: Ecosystem, Business Models, Investment Decisions, and Challenges. *Journal of Computer Science*.
- Mahubessy, Victor Jonathan. 2019. "Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran *E-Cash* dengan Menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*) Terhadap Intensitas Transaksi Non Tunai" *Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi*, Universitas Airlangga. ISSN: 2620-4339
- Oentario, Y., Harianto, A., Irawati, J. 2017. Pengaruh Usefulness, Ease Of Use, Risk Terhadap Intention to Buy Online patisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya. *Jurnal Manajemen pemasaran*. 11 (1). 26-31.
- Paath, David Kristian dan Ria Manurung. 2019. "Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital Terhadap Financial Technology (Fintech) dengan Model E-Money (Study Kasus: Layanan Go-Pay "Gojek" di Purwokerto)". *Jurnal HUMMANSI*, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Sudarso Purwokerto. Vol. 2 No.2.
- Pavlou, Paul A. 2010. *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating, Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*. *International journal of Electronic Commerce*, Vol. 7.
- Priambodo, S., dan B. Prabawani, "PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 5, no. 2, pp. 127-135, Mar. 2016. [Online].
- Rahayu, Isna Rifka. 2019. Terbatas Akses Teknologi, Pengguna Fintech terbanyak Masih dari Jakarta. <https://www.inews.id/finance/keuangan/terbatasakses-teknologi-pengguna-fintech-terbanyak-masih-dari-jakarta> (diakses pada 06 Desember 2019).

- Rahayu, Rurie Wiedya. 2018. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari PT. Gojek Indonesia (Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: FE. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Saputra, Imam Yuda 2020. Pasar Fintech di Jateng Tumbuh Pesat. <https://m.solopos.com/pasar-fintech-di-jateng-tumbuh-pesat-ini-buktinya-1040355> (diakses pada 23 Juni 2020).
- Shomad, Andrie Cesario, and Bambang Purnomosidhi. 2012. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce." *Jurnal Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 1 (2):1–20.
- Sugiyono. 2014. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto dan Taufan Adi Kurniawan. 2019. "Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)". *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Akmenika*, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa a Yogyakarta. Vol. 16. No. 1.
- Syahril, Wahyuni Nur dan Brady Rikumahu. 2019. "Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Universitas Telkom". *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, Universitas Telkom. ISSN: 2614-0365, e-ISSN: 2599-087x. Vol. 3 No. 2. <http://ejournalmitramanajemen.com>.
- Venkatesh, V. and Fred D. Davis. "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies.: Four Longitudinal Field Studies." (2000). [Online]
- Wildan, Muhammad. 2019. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech)*. Skripsi. Semarang: FEBI UIN Walisongo Semarang.
- Yani, E., Lestari, A. F., Amaia H., Puspita, A. 2018. "Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah dalam Bertransaksi dengan Technology Acceptance Model". *Jurnal Informatika*. Vol. 5 No. 1. 34–42 Retrieved form Research Gate