

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI KEUANGAN (*FINTECH*)

Alvian Yusuf Firmansyah  
12170644

Program Studi Manajemen STIE Bank BPD Jateng  
alvianyusuf28@gmail.com

---

## Abstrak

Perilaku manusia dalam bertindak akan ditentukan banyak faktor baik faktor dari dalam diri maupun dari luar diri. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan fintech. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech. *Effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech. *Social Influences* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech. *Facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech. *Habits* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech. *Hedonic motivation* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech. *Personal innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech. Besarnya pengaruh yang diberikan sebesar 59,2% terhadap keputusan penggunaan fintech.

Kata kunci: *Performance expectancy, Effort expectancy, Social Influences.*

---

## Abstract

*Human behavior in action will be determined by many factors, both internal and external factors. The purpose of this study is to analyze the factors that influence the decision to use fintech. The results of the study show that Performance expectancy has a significant effect on the decision to use fintech. Effort expectancy has a significant effect on the decision to use fintech. Social influences have a significant influence on the decision to use fintech. Facilitating conditions have a significant effect on the decision to use fintech. Habits have a significant effect on the decision to use fintech. Hedonic motivation has a significant effect on the decision to use fintech. Personal innovativeness has a significant effect on the decision to use fintech. The magnitude of the influence given is 59.2% on the decision to use fintech.*

Keywords: *Performance expectancy, Effort expectancy, Social Influences*

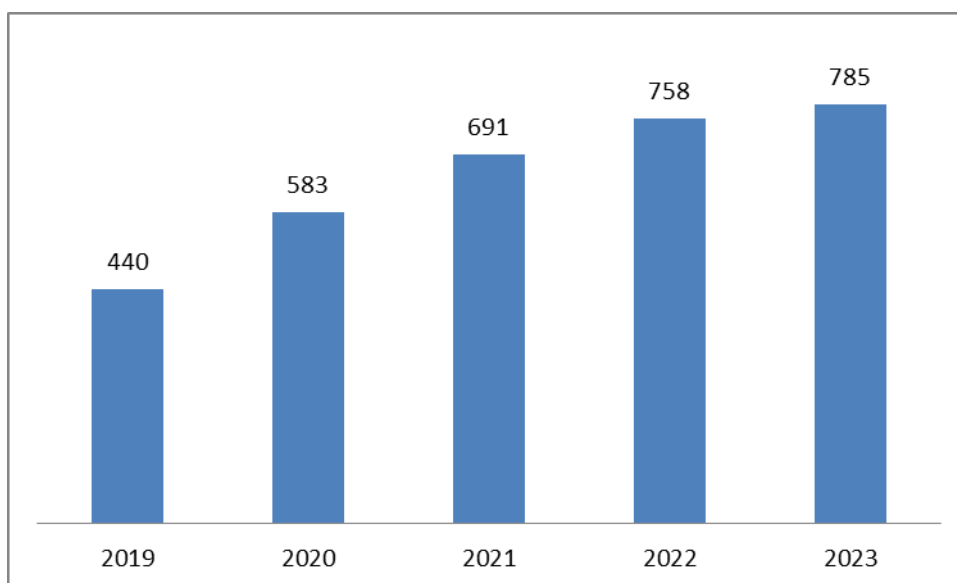
---

## 1. Pendahuluan

Belakangan ini, teknologi telah menjadi bagian kehidupan yang tidak terpisahkan dan tidak mungkin membayangkan hidup tanpa teknologi (Naeem et al., 2023). Teknologi informasi dan komunikasi dalam mengubah lingkungan ekonomi dan sosial di banyak negara berkembang dan *fintech* memiliki peran penting dalam membentuk kembali dunia keuangan global (Abbasi et al., 2021). Banyak peneliti telah mendefinisikan teknologi keuangan sebagai alat teknologi digital yang digunakan untuk melakukan aktivitas keuangan (Mohamed & Ali, 2018).

Teknologi keuangan memainkan peran penting sebagai perantara transaksi keuangan terpercaya yang memfasilitasi transaksi keuangan bagi orang-orang dan membantu mereka dalam kegiatan sehari-hari mereka secara global, yang telah benar-benar mengubah inisiat menjadi era baru di pasar jasa keuangan dan terbukti menjadi alat yang efektif untuk bank dan lembaga keuangan lainnya (Chinnasamy et al., 2021). Teknologi keuangan dan Alat telah mengubah cara melakukan aktivitas keuangan (Su et al., 2020). Meningkatnya investasi di bidang teknologi keuangan secara global merupakan indikator yang kuat dan dapat diandalkan dari pertumbuhan teknologi keuangan. Dalam hal ini, statistik yang dipublikasikan menunjukkan bahwa nilai transaksi akan mencapai USD 8.971.956 juta pada tahun 2022, dengan tingkat pertumbuhan 17% per tahun (Solarz & Swacha-Lech, 2023).

Berdasarkan data dari badan pusat statistik di Indonesia untuk penyedia jasa fintech dari tahun 2019 sampai dengan 2023 mengalami peningkatan yang signifikan. Data dapat dilihat pada grafik berikut.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Fintech

Sumber : (BPS, 2023)

Di Indonesia saat ini terjadi peningkatan jumlah perusahaan yang bergerak di bidang fintech. Berdasarkan data yang terdapat dalam laporan *United Overseas Bank (UOB)*, *Singapore Fintech Association (SFA)* dan PwC tahun 2021, pada tahun 2019 tercatat 440 perusahaan *fintech*. Selanjutnya pada tahun 2020 terdapat sejumlah 583 perusahaan fintech.

Jumlah ini terus meningkat pada tahun 2021 sebanyak 691 perusahaan dan 758 perusahaan fintech pada tahun 2022. Pada tahun 2023 kembali meningkat menjadi 785 perusahaan (BPS, 2023). Jumlah fintech di Indonesia merupakan kedua terbanyak di Asia Tenggara setelah Singapura.

Berdasarkan laporan Asosiasi Fintech Indonesia (*Aftech*) yang dimuat pada databoks tahun 2022 menunjukkan bahwa pengguna *fintech* Indonesia sebanyak 59% berasal dari konsumen yang berpendapatan menengah bawah. Ditinjau dari sisi usia 73% pengguna *fintech* berada pada rentang usia 25-35 tahun. Sebanyak 62% menyatakan telah melayani Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan nilai transaksi lebih dari 80 miliar rupiah. Dalam laporan *dsinnovate fintech report 2021* menyatakan *fintech* yang paling banyak digunakan oleh konsumen adalah e-money sebanyak 80,2% dan *paylater* sebanyak 68,9%. Data-data tersebut dapat menjadi salah satu indikasi adanya peningkatan literasi dan inklusi finansial yang cukup baik di Indonesia (Risqiani et al., 2023).

Meningkatnya penggunaan dan pertumbuhan teknologi seputar layanan keuangan dapat dikaitkan dengan banyak alasan seperti mengurangi biaya peluang dan mendorong kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, yang menghasilkan peningkatan efisiensi bank, karena orang dapat menggunakan layanan keuangan kapan saja dan di mana saja hanya dengan mengklik tombol jika mereka terhubung ke internet (Rusydziana, 2018).

Seerti yang mereka jelaskan dalam studi mereka, teknologi keuangan membantu meningkatkan transparansi, aksesibilitas, dan fleksibilitas, dan itu kurang berisiko dan meningkatkan pendapatan pemegang saham. Kedua, pertumbuhan teknologi keuangan juga dapat dikaitkan dengan fakta bahwa banyak orang terhubung ke layanan internet seluler. Dalam hal ini, sistem global untuk asosiasi komunikasi seluler telah memperkirakan bahwa pada tahun 2025 pengguna internet seluler akan lebih dari 5 miliar. Semua faktor ini menyiratkan bahwa pasar teknologi keuangan akan berkembang secara luas dan cepat dalam beberapa tahun ke depan.

Faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan *fintech* adalah *facilitating condition*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, *habit* dan *personal innovativeness*. *Facilitating conditions* adalah kenyamanan pribadi ketika menggunakan suatu sistem yang didukung oleh infrastruktur teknis dari organisasi. Kepercayaan dari individu dalam mempertimbangkan infrastruktur dan teknologi yang ada untuk mendukung sistem. Ada kombinasi konstrukstur pada penerimaan dan penggunaan teknologi didapat di model penelitian terdahulu dengan dimensi–dimensi yaitu *perceived behavior control*, *available facilities*, dan *compatibility* (Budiman, 2023).

*Effort Expectancy* adalah kemudahan pemakai sistem yang dirasakan pengguna. Kemudahan pengguna terkait dengan penggunaan sistem. Tiga konstruksi model yang ada dalam variabel ini yaitu *perceived ease of use*, *complexity*, dan *ease of use*. *Performance Expectancy* atau Penggunaan sistem tersebut diyakini dapat membantu meningkatkan prestasi kerja. Kombinasi struktural dari penerimaan dan penggunaan teknologi, terdiri dari *perceived usefulness*, *extrinsic motivation*, *job fit*, *relative advantage*, dan *outcome expectations* (Cupiadi, 2022).

*Hedonic Motivation* berasal dari penggunaan sistem dan terbukti memainkan peran penting dalam memutuskan untuk penerimaan dan menggunakan teknologi. Motivasi hedonis merupakan motif kesenangan didapatkan melalui penggunaan sistem teknologi. Model ini mengandung konstruk yaitu *innovativeness*, *novelty seeking*, dan *perceptions of novelty* (Chen et al., 2022). *Habit* adalah sejauh mana seseorang bertindak secara otomatis karena belajar

dari terdahulu. Penggunaan sistem secara terus menerus sepanjang kehidupan sehari-hari. Konstruksi modelnya terdiri dari *automaticity*, *instant activation*, dan *addiction* (Ananda et al., 2023). *Social Influence* adalah persepsi dari orang lain penting untuk membuat individu harus memakai sistem baru. Ketika satu orang menganggap orang lain sebagai signifikan dan berpengaruh, maka lebih yakin untuk mengadopsi sistem baru. Kombinasi konstruksi pada variabel ini yaitu *subjective norm*, *social factor*, dan *image* (Rahim et al., 2023).

Hasil penelitian Cupiadi (2022) menunjukkan bahwa *Performance expectancy* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. *Performance expectancy* terbukti dapat meningkatkan keputusan penggunaan teknologi *fintech*. Hasil yang berbeda ditemukan dari penelitian (Budiman, 2023) bahwa *Performance expectancy* secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi *fintech*.

Hasil penelitian Cupiadi (2022) menunjukkan *Effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang ditemukan (Budiman, 2023) bahwa *Effort expectancy* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi *fintech* pada generasi Z. Hasil penelitian yang ditemukan oleh (Rahim et al., 2023) bahwa *Effort expectancy* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan *fintech*.

Hasil penelitian Cupiadi (2022) menunjukkan *Social Influences* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi. Hasil ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan (Rahim et al., 2023) bahwa *Social Influences* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan *fintech*. Hasil yang sama ditemukan oleh (Budiman, 2023) *Social Influences* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi *fintech*.

Hasil penelitian Cupiadi (2022) menunjukkan bahwa *Facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *fintech*. Hasil ini berbeda dengan hasil penelitian yang ditemukan (Rahim et al., 2023) bahwa *Facilitating conditions* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *fintech*. Hasil penelitian (Budiman, 2023) juga menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan *Facilitating conditions* terhadap keputusan penggunaan teknologi *fintech*.

Hasil penelitian Cupiadi (2022) menunjukkan bahwa *Habits* menunjukkan bahwa hasil penelitian ditemukan berpengaruh positif dan signifikan. Namun, hasil penelitian yang berbeda ditemukan oleh (Chen et al., 2022) bahwa *Habits* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan *fintech*.

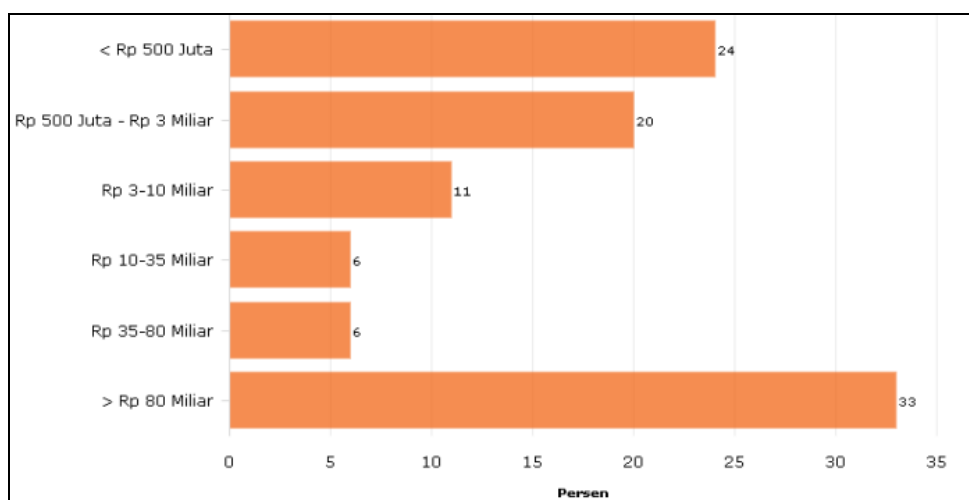
Hasil penelitian Cupiadi (2022) menunjukkan bahwa *Hedonic motivation* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Ananda et al., 2023) bahwa *Hedonic motivation* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi *fintech* pada era digital. Hasil penelitian (Santo & Marques, 2022) juga menunjukkan bahwa *Hedonic motivation* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan *fintech*.

Berdasarkan beberapa argumen dan penjelasan, dapat disimpulkan dengan aman bahwa negara-negara di dunia memiliki potensi besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonominya dengan memfasilitasi peran keuangan teknologi. Meskipun upaya terbaik telah ditempatkan dalam meninjau literatur, dapat dipahami bahwa banyak penelitian sebelumnya telah berfokus pada variabel yang berbeda seperti perilaku konsumen, beberapa di antaranya

mengamati faktor konsumen sambil mempelajari dan memutuskan untuk menggunakan teknologi keuangan, khususnya di Kota Semarang.

Berdasarkan data dari ppdiikti 2023 diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang ada di Kota Semarang baik kuliah di perguruan tinggi negeri maupun swasta mencapai 269.043 orang. Jumlah mahasiswa yang kuliah di negeri sebanyak 116.373 orang sedangkan yang kuliah di perguruan tinggi swasta 152.100. Pada tahun 2023 mahasiswa yang menggunakan layanan fintech mencapai 79% baik mobile banking maupun ewallet (Losa, 2024).

Berdasarkan data BPS (2024) diperoleh informasi bahwa pengguna fintech meningkat signifikan dari tahun 2023. Mahasiswa pengguna fintech pada tahun 2024 per januari mengalami peningkatan mencapai 23,8% dibandingkan januari tahun 2023. Penggunaan fintech sudah menjadi salah satu pilihan agar mudah dalam bertransaksi khususnya pada anak muda yang maunya instan dalam transaksi. Fintech tumbuh serta berkembang sangat pesat dan cepat. Dilaporkan juga sebesar 33% fintech di Indonesia membukukan transaksi lebih dari Rp 80 miliar di 2023 lalu. Selain itu, total transaksi seluruh fintech Indonesia selama 2023 mencapai lebih dari Rp 4,6 triliun.



Gambar 1.2 Data Transaksi Fintech  
Sumber : (BPS, 2024)

Berdasarkan penjelasan di atas maka penelitian ini mengambil judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Teknologi Keuangan (Fintech). Adapun permasalahan penelitian ini yaitu; 1) apakah *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech?; 2) apakah *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech?; 3) apakah *Social Influences* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech?; 4) apakah *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech?; 5) apakah *Hedonic Motivation* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech?; 6) apakah *Habits* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech?; 7) apakah *Personal Innovativeness* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech?.

## 2. Kajian Pustaka

### 2.1 Teori Perilaku

Niat untuk menggunakan teknologi apapun diteliti berdasarkan teori terencana perilaku. Teori perilaku terencana sangat populer, karena merupakan model yang efisien untuk mengklarifikasi niat dan memprediksi niat perilaku untuk menggunakan teknologi apapun. Teori perilaku terencana juga merupakan model perpanjangan dari teori tindakan beralasan. Teori perilaku terencana menganjurkan bahwa kecenderungan orang melakukan kegiatan tertentu meningkat jika mereka menemukan bahwa perilaku itu akan menghasilkan hasil yang diinginkan atau jika mereka percaya bahwa beberapa orang yang dihargai ingin mereka berperilaku dengan cara tertentu atau jika mereka berasumsi bahwa mereka memiliki banyak sumber daya dan kesempatan untuk menikmati perilaku semacam itu (Ajzen & Fishbein, 2019).

### 2.2 *Behavior Finance*

*Behavior finance* merupakan pola penalaran investor dengan melibatkan proses emosional dan pengaruhnya dalam proses pengambilan keputusan. *Behavior finance* dibangun dengan berbagai asumsi dan ide dari perilaku ekonomi. Keterlibatan emosi, sifat, kesukaan dan berbagai hal yang melekat dalam diri manusia sebagai makhluk intelektual dan sosial akan berinteraksi untuk munculnya keputusan melalui tindakan. *Behavior finance* adalah cara dimana individu mengelola sumber dana untuk digunakan sebagai keputusan penggunaan dana, penentuan sumber dana, serta keputusan untuk perencanaan pensiun, dalam proses perencanaan tersebut harus diawali dengan berfikir terlebih dahulu sebelum bertindak (Dianti, 2024). Pada prinsipnya keputusan keuangan dimaksudkan untuk mengoptimalkan kesejahteraan sehingga salah satu upaya untuk meminimalisir kesalahan dalam keputusan keuangan.

### 2.3 *Technology Acceptance Models*

Model penerimaan teknologi (TAM) adalah model penting untuk menghasilkan sistem pakai. Banyak peneliti telah menyarankan bahwa TAM dapat dikombinasikan dengan teori dan model lain, dan mereka percaya bahwa model penerimaan teknologi adalah model yang penting dan efektif dalam menentukan penggunaan teknologi yang berkembang dalam suatu organisasi. Studi ini menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kegunaan yang dirasakan memiliki efek positif pada niat perilaku untuk mengadopsi layanan produksi teknologi keuangan. Namun, risiko dan biaya yang dirasakan berperilaku sebaliknya. Penerimaan adalah variabel yang diadaptasi dari model penerimaan teknologi 3. Ini juga menyatakan bahwa niat perilaku dirancang oleh dua keyakinan, yaitu, manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Model penerimaan teknologi 3 muncul ketika model penerimaan teknologi 2 dikombinasikan dengan faktor penentu kemudahan penggunaan yang dirasakan. Model penerimaan teknologi 3 adalah model terbaru di bidang penerimaan teknologi dan mencakup gambar SNS, JR, kualitas output, efikasi diri komputer, dan faktor-faktor lain yang menunjukkan kecemasan komputer dan yang mempengaruhi kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kegunaan yang dirasakan untuk menentukan niat perilaku konsumen (Emran & Shaalan, 2021).

#### **2.4 Facilitating Conditions**

Adalah kenyamanan pribadi ketika menggunakan suatu sistem yang didukung oleh infrastruktur teknis dari organisasi. Kepercayaan dari individu dalam mempertimbangkan infrastruktur dan teknologi yang ada untuk mendukung sistem. Ada kombinasi konstrukstur pada penerimaan dan penggunaan teknologi didapat di model penelitian terdahulu dengan dimensi–dimensi yaitu *perceived behavior control*, *available facilities*, dan *compatibility* (Achmadi et al., 2024).

#### **2.5 Effort Expectancy**

Usaha ekspektasi adalah kemudahan pemakai sistem yang dirasakan pengguna. Kemudahan pengguna terkait dengan penggunaan sistem. Tiga konstruksi model yang ada dalam variabel ini yaitu *perceived ease of use*, *complexity*, dan *ease of use* (Anugrah et al., 2024).

#### **2.6 Performance Expectancy**

Penggunaan sistem tersebut diyakini dapat membantu meningkatkan prestasi kerja. Kombinasi struktural dari penerimaan dan penggunaan teknologi, terdiri dari *perceived usefulness*, *extrinsic motivation*, *job fit*, *relative advantage*, dan *outcome expectations* (Anugrah et al., 2024).

#### **2.7 Hedonic Motivation**

Berasal dari penggunaan sistem dan terbukti memainkan peran penting dalam memutuskan untuk penerimaan dan menggunakan teknologi. Motivasi hedonis merupakan motif kesenangan didapatkan melalui penggunaan sistem teknologi. Model ini mengandung konstruk yaitu *innovativeness*, *novelty seeking*, dan *perceptions of novelty* (Rabiah et al., 2024).

#### **2.8 Habit**

Adalah sejauh mana seseorang bertindak secara otomatis karena belajar dari terdahulu. Penggunaan sistem secara terus menerus sepanjang kehidupan sehari-hari. Konstruk modelnya terdiri dari *automacity*, *instant activation*, dan *addiction* (Vemberi, 2023).

#### **2.9 Social Influence**

Adalah Persepsi dari orang lain penting untuk membuat individu harus memakai sistem baru. Ketika satu orang menganggap orang lain sebagai signifikan dan berpengaruh, maka lebih yakin untuk mengadopsi sistem baru. Kombinasi konstruksi pada variabel ini yaitu *subjective norm*, *social factor*, dan *image* (Yuliasuti et al., 2020).

#### **2.10 Personal Innovativeness**

Pendapat seseorang untuk mengambil keputusan dalam mengadopsi teknologi informasi. *Personal Innovativeness* adalah keinginan dari konsumen untuk mencari hal baru yang dapat mengembangkan kekurangan produk atau jasa (Acikgoz et al., 2023). *Personal Innovativeness* dianggap sebagai sesuatu dari proses penerimaan teknologi baru. *Personal Innovativeness* pada umumnya sudah diakui oleh setiap konsumen sehingga konsumen yang inovatif akan mencari informasi dan menemukan ide-ide yang baru

(Chakraborty et al., 2023). Indikator untuk mengukur variable ini adalah ingin mengetahui cara *usage time*, *usage frequency*, dan *use variety* (Senali et al., 2023).

## 2.11 Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap keputusan penggunaan fintech  
Konstruk fasilitas pendukung mengacu pada kondisi kesesuaian fitur yang tersedia sebagai dukungan bagi individu untuk menggunakan teknologi (Ambarwati, Harja, & Thamrin, 2020). Fitur yang dimiliki dalam sebuah teknologi dapat mempengaruhi seseorang untuk bertindak. Fitur yang diberikan dari sebuah teknologi menjadikan seseorang untuk mengatur keuangan dengan baik maka menjadikan perilaku untuk memutuskan penggunaan fintech. Hal ini didukung dengan penelitian Kadim dan Sunardi (2022) yang menjelaskan bahwa fasilitas pendukung berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan fintech berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.  
H1 : *Facilitating Condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech
2. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap keputusan penggunaan fintech  
Konstruk ekspektasi usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna saat menggunakan teknologi (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012). Fintech yang memberikan kemudahan penggunaan maka menjadikan seseorang memutuskan untuk menggunakan fintech agar dapat mengatur pengelolaan keuangan dengan baik. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hamzah dan Setiawati (2022), ditemukan bahwa ekspektasi usaha mempengaruhi keputusan penggunaan teknologi karena kemudahan penggunaan teknologi dan minat untuk menggunakan teknologi tersebut akan berbanding lurus. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.  
H2 : *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech
3. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap keputusan penggunaan fintech  
Konstruk ekspektasi kinerja digambarkan sebagai sejauh mana penggunaan teknologi akan memberikan manfaat bagi konsumen dan mengarah pada peningkatan kinerja (Brown, Dennis, & Venkatesh, 2019). Dalam kaitannya dengan aplikasi Atome yang memiliki konsep buy now pay later, ekspektasi kinerja dari penggunaan Atome dapat dikatakan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa aplikasi ini bermanfaat atau membantu dalam memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sair dan Danish (2018), ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile commerce di Pakistan. Ada penelitian yang dilakukan oleh Hamzah dan Setiawati (2022), ditemukan bahwa ekspektasi kinerja mempengaruhi keputusan penggunaan teknologi karena kemudahan penggunaan teknologi dan keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut akan berbanding lurus. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.  
H3 : *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech
4. Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap keputusan penggunaan fintech



Konstruk motivasi hedonis digambarkan sebagai kesenangan dari menggunakan teknologi dan merupakan penentu penting dari penerimaan teknologi (Alalwan, 2018). Khatimah (2019) mengatakan bahwa motivasi hedonis memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku atau keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi keuangan. Kebiasaan senang menggunakan teknologi ketika ada fintech yang dapat mengatur pengelolaan keuangan maka seseorang akan bertindak untuk memutuskan menggunakan fintech tersebut. Mikalef et al. (2021) juga menyimpulkan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan teknologi keuangan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H4 : *Hedonic Motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech

5. Pengaruh *Social Influence* terhadap keputusan penggunaan fintech

Konstruk pengaruh sosial mengacu pada sejauh mana individu menganggap orang lain dan pengaruh yang diberikan sehingga mereka percaya untuk menggunakan teknologi tersebut (Martin & Herrero, 2022). Seseorang dalam memutuskan suatu tindakan akan dipengaruhi oleh orang lain. Perilaku orang lain yang dianggap sebagai orang berpengaruh maka akan diikuti semua tindakan dan perilakunya termasuk dalam penggunaan fintech. Penelitian yang dilakukan oleh Nikolopoulou, dkk (2021) mengatakan bahwa keyakinan seseorang akan bertambah jika ada yang memberi saran. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H5 : *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech

6. Pengaruh *Habit* terhadap keputusan penggunaan fintech

Pengalaman dalam menggunakan teknologi tentunya akan menjadi kebiasaan yang kemudian mempengaruhi keputusan untuk menggunakan kembali teknologi tersebut. Pengalaman yang dimiliki sebelumnya akan memutuskan pengambilan keputusan kedepannya. Seseorang memiliki keinginan untuk mengatur keuangan yang baik dan membawa dampak positif maka akan cenderung menggunakan kembali fintech yang pernah digunakan sebelumnya. Hasil penelitian Pratama dan Renny (2022) menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H6 : *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech

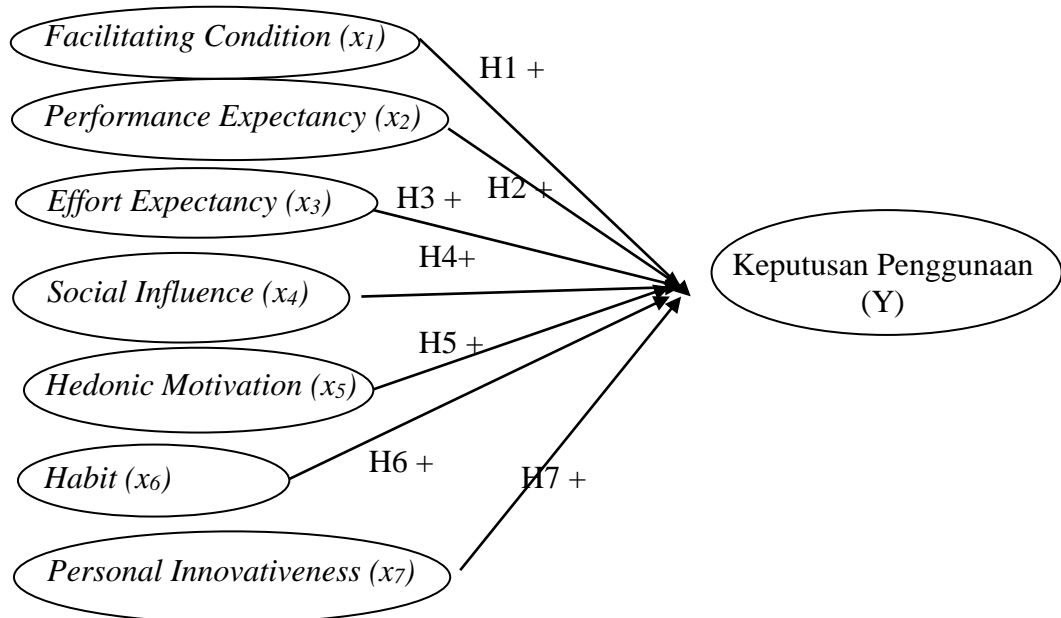
7. Pengaruh *Personal Innovativeness* terhadap keputusan penggunaan *fintech*

*Personal Innovativeness* diartikan sebagai reaksi berbeda pada setiap orang ketika mengadopsi sebuah inovasi baru. Reaksi ini merupakan sifat pribadi yang akan ditemukan berbeda-beda pada setiap orang. *Personal Innovativeness* direfleksikan dalam bentuk keinginan dan kenikmatan atau kenyamanan ketika menggunakan platform *fintech*. Selain itu keinginan untuk menjadi orang pertama yang mengeksplorasi *fintech* dan keingintahuan pada *fintech* menjadi dasar utama bagi berkembangnya *Personal Innovativeness*. Hasil penelitian Agustina (2023) menemukan bahwa *Personal Innovativeness* berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan penggunaan fintech. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H7 : *Personal Innovativeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.

### 2.12 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

### 3. Metode Penelitian

#### 3.1 Populasi

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Semarang sebanyak 269.043 orang.

#### 3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Sampling adalah proses menyeleksi porsi dari populasi untuk dapat mewakili populasi. Teknik sampling merupakan cara yang ditempuh dalam pengambilan sampel, agar memperoleh sampel yang benar-benar sesuai dengan keseluruhan subjek penelitian (Hidayat, 2017). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi yang diteliti (*representatif*) (Hidayat, 2017). Teknik perhitungan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

$$n = \frac{269.043}{1 + 269.043(0,1)^2} = 99,9 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ orang.}$$

Keterangan:

n= sampel

N= populasi 269.043

e= tingkat kesalahan 10% atau 0,1

#### 3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

##### 3.3.1 Variabel Dependen

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas disebut sebagai variabel dependen (terikat). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan penggunaan (Y).

##### 3.3.2 Variabel Independen

Variabel yang mempengaruhi variabel dependen merupakan variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Performance expectancy* (X<sub>1</sub>), *Effort expectancy* (X<sub>2</sub>), *Social influences* (X<sub>3</sub>), *Facilitating conditions* (X<sub>4</sub>), *Habits* (X<sub>5</sub>), *Hedonic motivation* (X<sub>6</sub>), *Personal innovativeness* (X<sub>7</sub>).

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Jenis Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Performance expectancy (X<sub>1</sub>)</i>	Penggunaan sistem tersebut diyakini dapat membantu meningkatkan prestasi kerja	perceived usefulness, extrinsic motivation, job fit, relative advantage, dan outcome expectations	Ordinal 1= sangat tidak setuju 2= tidak setuju 3= netral 4= setuju 5= sangat setuju
<i>Effort expectancy (X<sub>2</sub>)</i>	kemudahan pemakai sistem yang dirasakan pengguna. Kemudahan pengguna terkait dengan penggunaan sistem	perceived ease of use, complexity, dan ease of use	Ordinal 1= sangat tidak setuju 2= tidak setuju 3= netral 4= setuju 5= sangat setuju
<i>Social influences (X<sub>3</sub>)</i>	Persepsi dari orang lain penting untuk membuat individu harus memakai sistem baru	subjective norm, social factor, dan image	Ordinal 1= sangat tidak setuju 2= tidak setuju 3= netral 4= setuju 5= sangat setuju
<i>Facilitating conditions (X<sub>4</sub>)</i>	kenyamanan pribadi ketika menggunakan suatu sistem yang didukung oleh infrastruktur teknis dari organisasi.	Perceived behavior control, facilities, available dan compatibility	Ordinal 1= sangat tidak setuju 2= tidak setuju 3= netral 4= setuju 5= sangat setuju
<i>Habits (X<sub>5</sub>)</i>	sejauh mana seseorang bertindak secara otomatis karena belajar dari	automaticity, instant activation, dan addiction	Ordinal 1= sangat tidak setuju 2= tidak setuju

Jenis Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	terdahulu		3= netral 4= setuju 5= sangat setuju
<i>Hedonic motivation (X<sub>6</sub>)</i>	motif kesenangan didapatkan melalui penggunaan sistem teknologi	innovativeness, novelty seeking, dan perceptions of novelty	Ordinal 1= sangat tidak setuju 2= tidak setuju 3= netral 4= setuju 5= sangat setuju
<i>Personal innovativeness (X<sub>7</sub>)</i>	kondisi aktual untuk penggunaan teknologi atau aplikasi	usage time, usage frequency, dan use variety	Ordinal 1= sangat tidak setuju 2= tidak setuju 3= netral 4= setuju 5= sangat setuju
Keputusan penggunaan	sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut	Ketertarikan pada objek minat  Perasaan senang  Kecenderungan untuk menggunakan	Ordinal 1= sangat tidak setuju 2= tidak setuju 3= netral 4= setuju 5=sangat setuju

Sumber:(Rahim et al., 2023), (Cupiadi, 2022)

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan skala likert dengan hasil dari pengukuran skala dibuat ke dalam data bentuk data ordinal. Skor tertinggi adalah untuk jawaban yang paling

mendukung. Skala likert dapat digunakan untuk mengukur pendapat atau persepsi, sikap seseorang terhadap fenomena sosial yang ada disekitar manusia (Sugiyono, 2019). Skala likert dalam penelitian ini dikembangkan untuk masing-masing variabel-variabel ke dalam bentuk instrumen atau kuesioner. Kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator yang ada pada setiap variabel. Indikator pada setiap variabel dikembangkan ke dalam bentuk pernyataan kuesioner.

### 3.5 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019). Analisis deskriptif statistik digunakan untuk mendeskripsikan mean, nilai terendah, nilai tertinggi, dari setiap variabel penelitian.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan analisis yang didasarkan pada perhitungan dan pengukuran terhadap variabel-variabel yang digunakan serta interpretasi dari hasil yang diperoleh dari perhitungan tersebut. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2019). Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang diperoleh setelah penelitian adalah data yang valid atau tidak dengan menggunakan alat ukur (kuesioner).

Program SPSS dapat digunakan untuk menguji validitas. Kuesioner dinyatakan valid jika nilai *corrected item-total correlation* ( $r$  hitung)  $>$   $r$  tabel. Uji validitas ini dilakukan dengan uji satu sisi dengan taraf signifikansi 5%. Berikut ini kriteria statistik untuk mengetahui valid atau tidaknya skor setiap item pertanyaan:

1. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item valid
2. Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item tidak valid
3. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  tetapi bertanda negatif, maka  $H_o$  akan tetap ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan untuk mengukur objek yang sama dapat menghasilkan informasi yang sama (Sugiyono, 2019). Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) pada SPSS. Kriteria pengambilan kesimpulan reliabilitas yaitu jika  $\alpha > 0,60$  instrumen dikatakan reliabel dan jika  $\alpha < 0,60$  maka dikatakan tidak reliabel.

#### 3.6.3 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda merupakan uji yang digunakan untuk menganalisis pengaruh hubungan antar beberapa variabel independent dengan variabel dependent (Sugiyono, 2017). Berikut ini merupakan persamaan regresi untuk dua prediktor:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

$X_1$  = Variabel *Performance expectancy*

X <sub>2</sub>	= <i>Effort expectancy</i>
X <sub>3</sub>	= <i>Social influences</i>
X <sub>4</sub>	= <i>Facilitating conditions</i>
X <sub>5</sub>	= <i>Habits</i>
X <sub>6</sub>	= <i>Hedonic motivation</i>
X <sub>7</sub>	= <i>Personal innovativeness</i>
b	= Koefisien regresi
a	= Konstanta

#### **3.6.4 Koefisien Korelasi**

Uji korelasi digunakan untuk menilai apakah variabel independen memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel dependen. Selain itu, uji korelasi digunakan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi dikerjakan menggunakan SPSS. Besarnya koefisien korelasi ( $r$ ) dapat dilihat melalui tabel *summary* pada kolom R. Pedoman digunakan untuk memberikan interpretasi nilai ( $r$ ). Rumus korelasi berganda digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

#### **3.6.5 Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menjelaskan tingkat hubungan dan besarnya pengaruh yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependent. Hasil uji jika mendekati angka 1 maka artinya tingkat hubungan tinggi dan sebaliknya jika mendekati angka 0 maka tingkat hubungan rendah (Ghozali, 2018).

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Hasil Penelitian

#### 4.1.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis data maka karakteristik responden dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan Jenis Kelamin			
No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Perempuan	55	55
2	Laki-laki	45	45
Jumlah		100	100
Berdasarkan Semester			
No	Semester	Frekuensi	Persentase (%)
1	3	35	35
2	5	47	47
3	7	18	18
Jumlah		100	100
Berdasarkan Kampus			
No	Kampus/Universitas	Frekuensi	Persentase (%)
1	STIE Bank BPD Jateng	27	27
2	USM	14	14
3	UNDIP	13	13
4	UNISSULA	20	20
5	UPGRIS	19	19
6	UNIMUS	7	7
Jumlah		100	100

Sumber: Penelitian 2024

Tabel 4.1 menunjukkan data distribusi frekuensi karakteristik responden penelitian berdasarkan jenis kelamin, kampus kuliah, dan semester responden. Hasil penelitian diketahui bahwa responden yang paling banyak memiliki jenis kelamin perempuan dimana dalam penelitian ini sebanyak 55%. Mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini paling banyak adalah kuliah dengan semester 5 dimana ada sebanyak 47%. Sedangkan jika ditinjau dari kampus kuliahnya maka responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang kuliah di kampus atau universitas STIE Bank BPD Jateng.

#### 4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Data yang diperoleh dari penelitian sebelum dilakukan analisis data maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Uji validitas menggunakan korelasi pearson. Hasil pengambilan kesimpulan item dalam instrumen valid atau tidak valid yaitu dengan melihat nilai probabilitas hasil uji dimana nilai p harus lebih rendah atau lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ). Item dalam variabel penelitian ini yaitu  $X_1$  (*Performance*



*expectancy*),  $X_2$  (*Effort expectancy*),  $X_3$  (*Social influences*),  $X_4$  (*Facilitating conditions*),  $X_5$  (*Habits*),  $X_6$  (*Hedonic motivation*),  $X_7$  (*Personal innovativeness*) dan Y (*Keputusan Penggunaan*).

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

Kode	R hitung	P	Keterangan
PE.1	.694	.000	Valid
PE.2	.676	.000	Valid
PE.3	.702	.000	Valid
PE.4	.700	.000	Valid
PE.5	.675	.000	Valid
EE.1	.803	.000	Valid
EE.2	.784	.000	Valid
EE.3	.733	.000	Valid
SI.1	.775	.000	Valid
SI.2	.836	.000	Valid
SI.3	.821	.000	Valid
FC.1	.671	.000	Valid
FC.2	.736	.000	Valid
FC.3	.805	.000	Valid
H.1	.803	.000	Valid
H.2	.733	.000	Valid
H.3	.771	.000	Valid
HM.1	.671	.000	Valid
HM.2	.855	.000	Valid
HM.3	.875	.000	Valid
PI.1	.644	.000	Valid
PI.2	.764	.000	Valid
PI.3	.540	.000	Valid
KP.1	.731	.000	Valid
KP.2	.662	.000	Valid
KP.3	.711	.000	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan hasil uji validitas dari setiap variabel yaitu *Performance expectancy* (PE), *Effort expectancy* (EE), *Social influences* (SI), *Facilitating conditions* (FC), *Habits* (H), *Hedonic motivation* (HM), *Personal innovativeness* (PI) dan Keputusan Penggunaan (KP) menunjukkan semua valid. Artinya data yang diperoleh dari penelitian menggunakan instrumen dapat mengukur variabel penelitian dan dapat digunakan untuk analisis penelitian.

Data yang sudah diperoleh dan valid maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas menggunakan cronbach alpha dengan bantuan SPSS. Instrumen dikatakan reliabel jika

memiliki nilai cronbach alpha lebih dari 0,60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	<i>Performance expectancy (PE)</i>	0,723	Reliabel
2	<i>Effort expectancy (EE)</i>	0,663	Reliabel
3	<i>Social Influences (SI)</i>	0,736	Reliabel
4	<i>Facilitating conditions (FC),</i>	0,685	Reliabel
5	<i>Habits (H),</i>	0,649	Reliabel
6	<i>Hedonic motivation (HM),</i>	0,726	Reliabel
7	<i>Personal innovativeness (PI)</i>	0,638	Reliabel
8	Keputusan Penggunaan (KP)	0,684	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian 2024

Hasil uji reliabilitas diperoleh informasi bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai cronbach alpha lebih dari 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen bersifat reliabel.

#### 4.1.3 Uji normalitas

Data setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas maka data dilakukan uji normalitas yang hasilnya dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas

Test Statistik	Sig	Kriteria	Keterangan
0,049	0,200	$P > 0,05$	Normal

Sumber: Data penelitian 2024

Hasil uji normalitas menggunakan uji kolmogorove diperoleh nilai signifikan 0,200. Nilai p value tersebut menunjukkan bahwa lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

#### 4.1.4 Uji multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
PE	0,231	4,323	Multikolinearitas
EE	0,303	3,303	Multikolinearitas
SI	0,172	5,827	Multikolinearitas
FC	0,152	6,585	Multikolinearitas
H	0,218	4,580	Multikolinearitas
HM	0,202	4,939	Multikolinearitas
PI	0,545	1,835	Multikolinearitas

#### 4.1.5 Uji regresi linear berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk uji regresi linear berganda dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Beta	t	Sig (p)
Konstanta (a)	2,173		
PE	0,474	2,522	0,003
EE	0,023	2,187	0,042
SI	0,320	2,568	0,012
FC	0,165	1,997	0,046
H	0,115	2,191	0,043
HM	0,269	2,450	0,016
PI	0,582	6,333	0,000

Sumber: Data penelitian 2024

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

1. Nilai konstanta dari uji regresi linear berganda diperoleh nilai 2,173 yang berarti bahwa nilai keputusan penggunaan sebesar 2,173 jika tidak dipengaruhi oleh faktor independen.
2. Nilai koefisien *Performance expectancy* (PE) sebesar 0,474 menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel *Performance expectancy* semakin kuat pula pengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech sebesar 0,474.
3. Nilai koefisien *Effort expectancy* (EE) sebesar 0,023 menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel *Effort expectancy* semakin kuat pula pengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech sebesar 0,023.
4. Nilai koefisien *Social Influences* (SI) sebesar 0,320 menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel *Social Influences* semakin kuat pula pengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech sebesar 0,320.
5. Nilai koefisien *Facilitating conditions* (FC) sebesar 0,165 menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel *Facilitating conditions* semakin kuat pula pengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech sebesar 0,165.
6. Nilai koefisien *Habits* (H) sebesar 0,115 menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel *Habits* semakin kuat pula pengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech sebesar 0,115.
7. Nilai koefisien *Hedonic motivation* (HM) sebesar 0,269 menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel *Hedonic motivation* semakin kuat pula pengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech sebesar 0,269.
8. Nilai koefisien *Personal innovativeness* (PI) sebesar 0,582 menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel *Personal innovativeness* semakin kuat pula pengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech sebesar 0,582.

#### 4.1.6 Uji model (anova atau f)

Hasil uji model atau uji anova dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji f

F hitung	Signifikan (p)	Keterangan
17,921	0.000	Hipotesis diterima

Sumber: Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan hasil uji f diperoleh nilai f hitung 17,921 dengan nilai p value signifikan 0.000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai p lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ) sehingga hipotesis diterima bahwa model uji regresi linier berganda layak.

#### 4.1.7 Uji koefisien determinasi

Berdasarkan data penelitian maka hasil uji koefisien determinasi dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
.760 <sup>a</sup>	0,577	0,560

Sumber: Data penelitian 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai r sebesar 0,760 dengan nilai r square 0,577. Nilai tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh yang diberikan variabel *Performance expectancy* (PE), *Effort expectancy* (EE), *Social influences* (SI), *Facilitating conditions* (FC), *Habits* (H), *Hedonic motivation* (HM), *Personal innovativeness* (PI) terhadap keputusan penggunaan sebesar 57,7% sedangkan yang 42,3% dipengaruhi faktor di luar model.

#### 4.1.8 Uji t parsial

Hipotesis dalam penelitian ini diuji menggunakan uji t parsial, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji t

Variabel	T	Sig (p)
Konstanta (a)		
PE	2,522	0,003
EE	2,187	0,042
SI	2,568	0,012
FC	1,997	0,046
H	2,191	0,043
HM	2,450	0,016
PI	6,333	0,000

Sumber: Data Penelitian 2024

Berdasarkan hasil uji t parsial maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai t hitung *Performance expectancy* (PE) sebesar 2,522 dengan nilai p values 0,003. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima sehingga menunjukkan *Performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.
2. Nilai t hitung *Effort expectancy* (EE) sebesar 2,187 dengan nilai p values 0,042. Nilai p lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis diterima bahwa *Effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.
3. Nilai t hitung *Social influences* (SI) sebesar 2,568 dengan nilai p value 0,012 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis diterima. Artinya, *Social influences* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.
4. Nilai t hitung *Facilitating conditions* (FC) sebesar 1,997 dengan nilai p value 0,046 sehingga hipotesis diterima. Artinya, *Facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.
5. Nilai t hitung *Habits* (H) sebesar 2,191 dengan nilai p value 0,043 sehingga hipotesis diterima. Artinya, *Habits* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.
6. Nilai t hitung *Hedonic motivation* (HM) sebesar 2,450 dengan nilai p value 0,016 sehingga hipotesis diterima. Artinya, *Hedonic motivation* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.
7. Nilai t hitung *Personal innovativeness* (PI) sebesar 6,333 dengan nilai p value 0,000 sehingga hipotesis diterima. Artinya, *Personal innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap keputusan penggunaan fintech

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *facilitating condition* memberikan pengaruh terhadap keputusan penggunaan fintech pada mahasiswa di kota Semarang. Kemudahan, kelengkapan, dan aplikasi yang baik menjadikan faktor mahasiswa dalam memutuskan untuk menggunakan fintech. Konstruksi fasilitas pendukung mengacu pada kondisi kesesuaian fitur yang tersedia sebagai dukungan bagi individu untuk menggunakan teknologi (Ambarwati, Harja, & Thamrin, 2020). Fitur yang dimiliki dalam sebuah teknologi dapat mempengaruhi seseorang untuk bertindak. Fitur yang diberikan dari sebuah teknologi menjadikan seseorang untuk mengatur keuangan dengan baik maka menjadikan perilaku untuk memutuskan penggunaan fintech. Kondisi fasilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan fintech. Nilai tersebut menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas dan sumber daya, dan adanya bantuan dari pihak tertentu (seperti customer service dan driver) mampu mempengaruhi niat pengguna Fintech, dimana semakin tinggi tingkat *facilitating condition* maka *use behavior* layanan fintech akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dan didukung dengan penelitian Kadim dan Sunardi (2022) yang menjelaskan bahwa fasilitas pendukung berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan fintech. Hasil ini berarti bahwa jika *facilitating condition* memiliki nilai yang tinggi maka keputusan penggunaan juga akan tinggi. Sebaliknya, jika *facilitating condition* memiliki nilai yang rendah maka keputusan penggunaan juga akan memperoleh nilai yang rendah.

#### **4.2.2 Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap keputusan penggunaan fintech**

Fintech yang mudah digunakan oleh semua orang akan menjadikan salah satu faktor untuk menjadi alasan seseorang menggunakan fintech. Perusahaan dalam mengembangkan fintech harus mempertimbangkan kemudahan penggunaan bagi semua umur terutama agar aplikasi fintech tersebut diminati dan digunakan banyak orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Effort Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech oleh mahasiswa di Kota Semarang.

Konstruk ekspektasi usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna saat menggunakan teknologi (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012). Fintech yang memberikan kemudahan penggunaan maka menjadikan seseorang memutuskan untuk menggunakan fintech agar dapat mengatur pengelolaan keuangan dengan baik. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hamzah dan Setiawati (2022), ditemukan bahwa ekspektasi usaha mempengaruhi keputusan penggunaan teknologi karena kemudahan penggunaan teknologi dan keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut akan berbanding lurus.

#### **4.2.3 Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap keputusan penggunaan fintech**

Fintech yang memberikan performance seperti yang diharapkan seseorang maka akan menjadikan salah satu faktor untuk menentukan keputusan digunakan atau tidak digunakan fintech tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech. Artinya, jika nilai *Performance Expectancy* rendah maka keputusan penggunaan fintech juga akan rendah. Sebaliknya, *Performance Expectancy* nilainya tinggi maka keputusan penggunaan fintech juga akan tinggi.

Konstruk ekspektasi kinerja digambarkan sebagai sejauh mana penggunaan teknologi akan memberikan manfaat bagi konsumen dan mengarah pada peningkatan kinerja (Brown, Dennis, & Venkatesh, 2019). Dalam kaitannya dengan aplikasi Atome yang memiliki konsep buy now pay later, ekspektasi kinerja dari penggunaan Atome dapat dikatakan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa aplikasi ini bermanfaat atau membantu dalam memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sair dan Danish (2018), ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile commerce di Pakistan.

#### **4.2.4 Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap keputusan penggunaan fintech**

Konstruk motivasi hedonis digambarkan sebagai kesenangan dari menggunakan teknologi dan merupakan penentu penting dari penerimaan teknologi (Alalwan, 2018). Khatimah (2019) mengatakan bahwa motivasi hedonis memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku atau keputusan seseorang dalam menggunakan fintech. Kebiasaan senang menggunakan teknologi ketika ada fintech yang dapat mengatur pengelolaan keuangan maka seseorang akan bertindak untuk memutuskan menggunakan fintech tersebut. Mikalef et al. (2021) juga menyimpulkan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan fintech.

#### **4.2.5 Pengaruh *Social Influence* terhadap keputusan penggunaan fintech**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech. Artinya, jika nilai *Social Influence* semakin kuat maka keputusan penggunaan fintech juga akan semakin kuat. Sebaliknya, jika *Social influence* semakin rendah maka keputusan penggunaan fintech juga akan semakin rendah. Rekomendasi atau saran atau arahan orang lain terutama dari influecer akan menentukan seseorang dalam memutuskan dalam beraktifitas salah satunya dalam penggunaan fintech.

Konstruk pengaruh sosial mengacu pada sejauh mana individu menganggap orang lain dan pengaruh yang diberikan sehingga mereka percaya untuk menggunakan teknologi tersebut (Martin & Herrero, 2022). Seseorang dalam memutuskan suatu tindakan akan dipengaruhi oleh orang lain. Perilaku orang lain yang dianggap sebagai orang berpengaruh maka akan diikuti semua tindakan dan perilakunya termasuk dalam penggunaan fintech. Penelitian yang dilakukan oleh Nikolopoulou, dkk (2021) mengatakan bahwa keyakinan seseorang akan bertambah jika ada yang memberi saran.

#### **4.2.6 Pengaruh *Habit* terhadap keputusan penggunaan fintech**

Seseorang yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam menggunakan fintech maka akan menjadikan salah satu faktor dalam menentukan keputusan untuk menggunakan atau tidak terhadap fintech. Jika seseorang memiliki pengalaman yang negatif terhadap fintech maka cenderung tidak akan memutuskan untuk menggunakan fintech kembali. Sebaliknya, ketika sebelumnya sudah memiliki pengalaman yang baik dari fintech maka akan memutuskan menggunakan fintech. Pengalaman dalam menggunakan teknologi tentunya akan menjadi kebiasaan yang kemudian mempengaruhi keputusan untuk menggunakan kembali teknologi tersebut. Pengalaman yang dimiliki sebelumnya akan memutuskan pengambilan keputusan kedepannya. Seseorang memiliki keinginan untuk mengatur keuangan yang baik dan membawa dampak positif maka akan cenderung menggunakan kembali fintech yang pernah digunakan sebelumnya. Hasil penelitian Pratama dan Renny (2022) menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan.

#### **4.2.7 Pengaruh *Personal Innovativeness* terhadap keputusan penggunaan fintech**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Personal Innovativeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech. Nilai *Personal Innovativeness* semakin tinggi maka keputusan penggunaan juga semakin tinggi. Sebaliknya, ketika nilai *Personal Innovativeness* semakin rendah maka keputusan untuk menggunakan fintech juga akan semakin rendah.

*Personal Innovativeness* diartikan sebagai reaksi berbeda pada setiap orang ketika mengadopsi sebuah inovasi baru. Reaksi ini merupakan sifat pribadi yang akan ditemukan berbeda-beda pada setiap orang. *Personal Innovativeness* direfleksikan dalam bentuk keinginan dan kenikmatan atau kenyamanan ketika menggunakan platform *FinTech*. Selain itu keinginan untuk menjadi orang pertama yang mengeksplorasi *FinTech* dan keingintahuan pada *FinTech* menjadi dasar utama bagi berkembangnya *Personal Innovativeness*. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Agustina (2023) menemukan bahwa *Personal Innovativeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech. .

## **5. Simpulan, Saran, dan Keterbatasan**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan fintech yaitu sebagai berikut:

1. *Performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.
2. *Effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.
3. *Social Influences* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.
4. *Facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.
5. *Habits* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.
6. *Hedonic motivation* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.
7. *Personal innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech.

### **5.2 Saran**

1. Bagi mahasiswa dalam menggunakan fintech maka perlu mempertimbangkan *Facilitating conditions* yang tinggi jangan hanya karena adanya pengaruh *Social Influences* dan *Hedonic motivation*.
2. Bagi penelitian selanjutnya dalam melakukan analisis faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan fintech dapat menambahkan faktor kontrol yaitu kondisi ekonomi responden sehingga diperoleh informasi yang berbeda.

### **5.3 Keterbatasan**

Berdasarkan hasil penelitian maka dalam penelitian ini memiliki keterbatasan jangkauan dimana jumlah populasi yang sangat banyak di Kota Semarang maka tidak dapat mengumpulkan data dengan sampel yang lebih besar.