

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BERTRANSAKSI *FINANCIAL TECHNOLOGY* MENURUT
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Ar-Raniry Banda Aceh)**



Disusun Oleh:

**MUHAMMAD YAZID
NIM. 190602191**

**PROGTAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M / 1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Muhammad Yazid

NIM : 190602191

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh 6 Juni 2023

Yang menyatakan



Muhammad Yazid

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BERTRANSAKSI *FINANCIAL TECHNOLOGY* MENURUT
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Ar-Raniry Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

Muhammad Yazid
NIM: 190602191

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Eknonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. Hafas Furqani, M. Ec NIP.198006252009011009  Junia Farma, M. Ag NIP.199206142019032039

A R - R A N I R Y

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah,



Dr. Nilam Sari, M. Ag
NIP.197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BERTRANSAKSI *FINANCIAL TECHNOLOGY* MENURUT
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Banda Aceh)**

Muhammad Yazid

NIM : 190602191

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN AR-Raniry Banda Aceh Dan
Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Perbankan
Syariah

Pada Hari/Tanggal : 1 Jumadil Akhir 1445 H
14 Desember 2023 M

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua Sidang



Prof. Dr. Hafas Furqani, M. Ec
NIP.198006252009011009

Sekretaris Sidang



Junia Farma, M. Ag
NIP.199206142019032039

Penguji I



Ana Fitria, M. S.E, M.Sc., RSA
NIP.199009052019032019

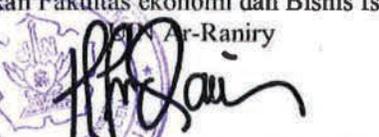
Penguji II



Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak
NIDN. 2026028803

Mengetahui,
Dekan Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry




Prof. Dr. Hafas Furqani, M. Ec
NIP.196403141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Yazid

NIM : 190602191

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : 190602191@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi *Financial Technology* Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh) Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain. Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 20 Oktober 2023

Mengetahui,

Penulis

Muhammad Yazid
NIM: 190602191

Pembimbing I

Prof. Dr. Hafas Furqani, M. Ec
NIP.198006252009011009

Pembimbing II

Junia Farma, M. Ag
NIP. 199206142019032039

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi *Financial Technology* Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)”. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

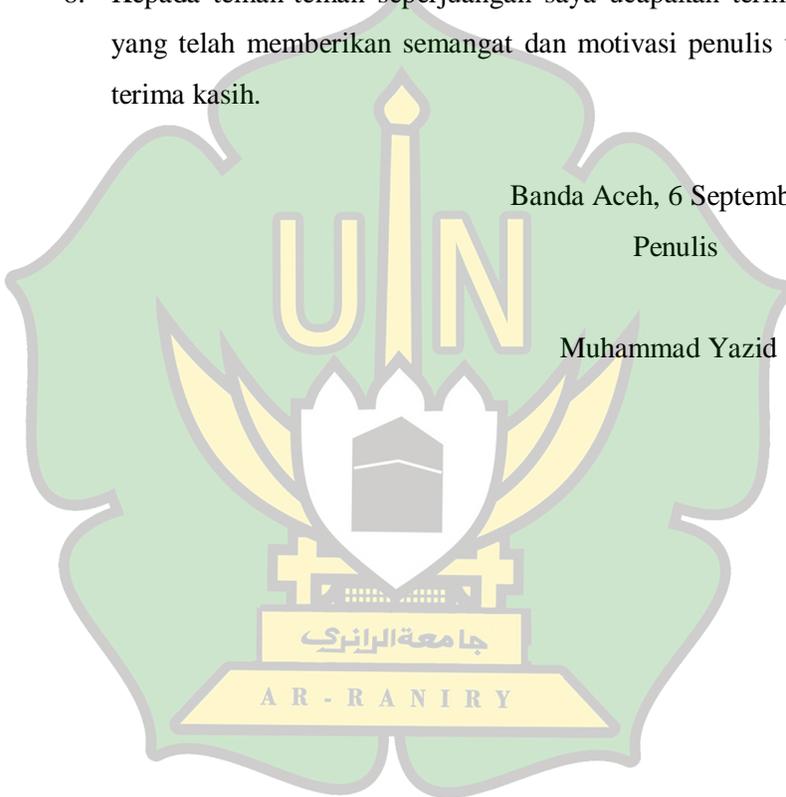
1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M. Ec Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nilam Sari, Lc., M. Ag dan Ayumiati, SE. M. Si selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah UIN -AR-Raniry
3. Prof. Dr. Hafas Furqani, M. Ec selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu membimbing dengan sabar, memberikan arahan dan motivasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
4. Junia Farma, M. Ag selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu membimbing dengan sabar, memberikan arahan dan motivasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan bantuan dan kemudahan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.

6. Taman baca Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, tempat penulis memperoleh berbagai informasi dan sumber-sumber yang berkaitan dalam penulisan.
7. Teristimewa untuk keluarga penulis yang selalu menyayangi penulis dan memberikan semangat dan motivasi baik moril maupun materil, yang telah memberikan dukungan dan arahan penulis ucapkan terima kasih.
8. Kepada teman-teman seperjuangan saya ucapkan terima kasih yang telah memberikan semangat dan motivasi penulis ucapkan terima kasih.

Banda Aceh, 6 September 2023

Penulis

Muhammad Yazid



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor:158 Tahun 2019–Nomor:0543 b/u/2019

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidakdilambangkan	16	ط	Tha
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I

◌ُ	<i>Dammah</i>	U
----	---------------	---

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َو	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haulā*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
◌ِ / اِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
◌ِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
◌ُ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta *marbutah* (ة)hidup
Ta *marbutah* (ة)yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- b. Ta *marbutah* (ة) mati
Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl/ raudatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/*

al-Madīnatul Munawwarah

طَلْحَةَ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Muhammad Yazid
NIM : 190602191
Fakultas/Program Studi : FEBI / Ekonomi Syariah
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi *Financial Technology* Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)
Tanggal sidang : 14 Desember 2023 / 1 Jumadil Akhir 1445 H
Tebal Halaman : 93 Halaman
Pembimbing I : Prof. Dr. Hafas Furqani, M. Ec
Pembimbing II : Junia Farma, M. Ag

Kemudahan, manfaat dan kepercayaan akan membawakan suatu ketertarikan seseorang dalam pengambilan keputusan yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi minat bertransaksi *fintech* dengan serangkaian keunggulan yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan meneliti bagaimana pengaruh kemudahan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi *fintech* pada mahasiswa. Metodologi yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan regresi linear berganda. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa secara parsial, variabel kemudahan dan manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi *fintech* pada mahasiswa. Sedangkan variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi *fintech* pada mahasiswa. Sedangkan secara simultan variabel dari kemudahan, manfaat dan kepercayaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel minat bertransaksi *fintech* pada mahasiswa.

Kata Kunci: Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan, Minat, *Fintech*

DAFTAR ISI

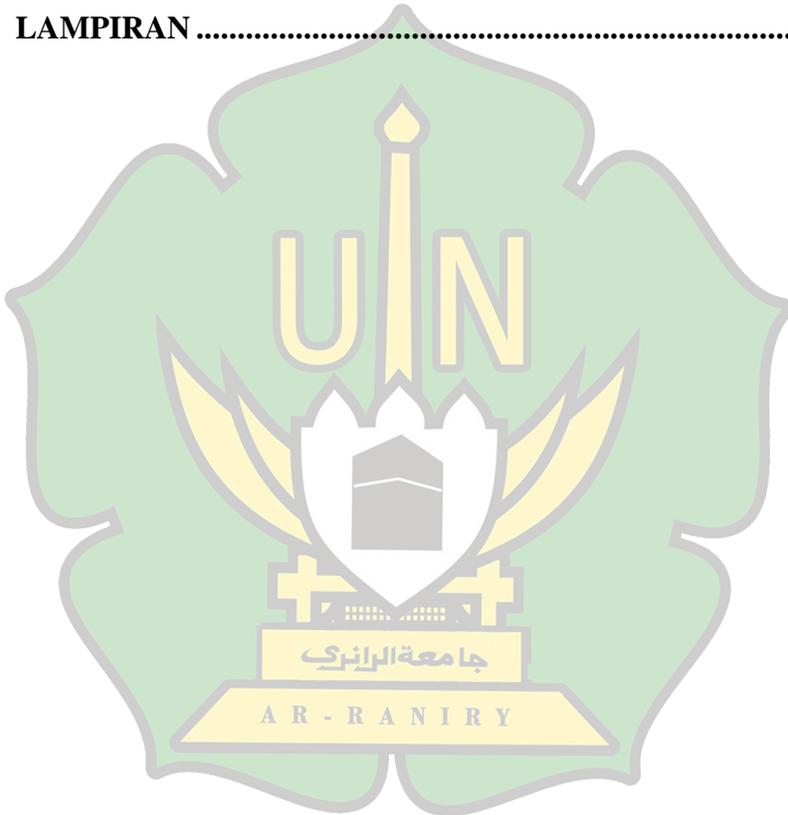
	Halaman
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	viii
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 <i>Financial Technology</i> (Fintech)	10
2.1.1 Pengertian <i>Fintech</i>	10
2.1.2 Jenis-jenis <i>Fintech</i>	10
2.1.2.1 Pembayaran (<i>Payment gateway</i>).....	11
2.1.2.2 Pinjaman (<i>Lending</i>).....	12
2.1.2.3 Asuransi (<i>Insurance</i>).....	12
2.1.2.4 <i>Crowdfunding</i>	13
2.1.2.5 Manajemen Investasi (<i>Investment Management</i>)	14

2.1.3	Manfaat <i>Fintech</i>	14
2.1.4	Regulasi Industri <i>Fintech</i> di Indonesia	16
2.1.5	<i>Financial Technology</i> Menurut Ekonomi Islam	18
2.2	<i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	23
2.3	Persepsi Kemudahan	25
2.4	Persepsi Manfaat	26
2.5	Kepercayaan	27
2.6	Minat Bertransaksi	28
2.7	Penelitian Terkait	29
2.8	Keterkaitan Antar Variabel	33
2.8.1	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan <i>Fintech</i>	33
2.8.2	Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan <i>Fintech</i>	34
2.8.3	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan <i>Fintech</i>	35
2.9	Kerangka Berpikir	36
2.10	Pengembangan Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Sumber Data	38
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5	Uji Asumsi Klasik	41
3.5.1	Uji Normalitas	42
3.5.2	Uji Multikolinieritas	42
3.5.3	Uji Heteroskedastisitas	42
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.6.1	Uji Validitas	43
3.6.2	Uji Reliabilitas	44
3.7	Definisi Operasional Variabel	45
3.8	Pengujian Hipotesis	46
3.8.1	Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.8.2	Uji F (Pengujian Secara Simultan)	48
3.8.3	Menguji Signifikan Dengan Uji T	49
3.9	Analisis Koefisien Determinasi	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51

4.2	Karakteristik Responden	51
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.3	Deskripsi Variabel	53
4.3.1	Variabel Persepsi Kemudahan	53
4.3.2	Variabel Persepsi Manfaat	54
4.3.3	Variabel Kepercayaan.....	54
4.3.4	Variabel Minat Bertransaksi	55
4.4	Hasil Penelitian.....	56
4.4.1	Statistik Deskriptif.....	56
4.4.2	Uji Validitas	58
4.4.3	Uji Reliabilitas.....	59
4.4.4	Uji Asumsi Klasik	60
4.4.4.1	Uji Normalitas	60
4.4.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.4.4.3	Uji Multikolonieritas.....	62
4.4.5	Analisis Linear Berganda.....	63
4.4.6	Uji Hipotesis (Uji-t).....	65
4.4.7	Uji Simultan (Uji-F).....	67
4.4.8	Uji R ² (Koefisien Determinasi)	68
4.5	Pembahasan.....	69
4.5.1	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Bertransaksi <i>Fintech</i> Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.....	69
4.5.2	Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Bertransaksi <i>Fintech</i> Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.....	71
4.5.3	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi <i>Fintech</i> Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.....	73
4.5.4	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Secara Simultan	

Terhadap Minat Bertransaksi *Fintech* Pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Banda Aceh 74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	83



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terkait	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin. 56	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Jawaban Variabel Persepsi Kemudahan 58	58
Tabel 4.4 Karakteristik Jawaban Variabel Persepsi Manfaat	59
Tabel 4.5 Karakteristik Jawaban Variabel Kepercayaan	60
Tabel 4.6 Karakteristik Jawaban Variabel Minat Bertransaksi ...	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas	68
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.13 Hasil Uji-t.....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74



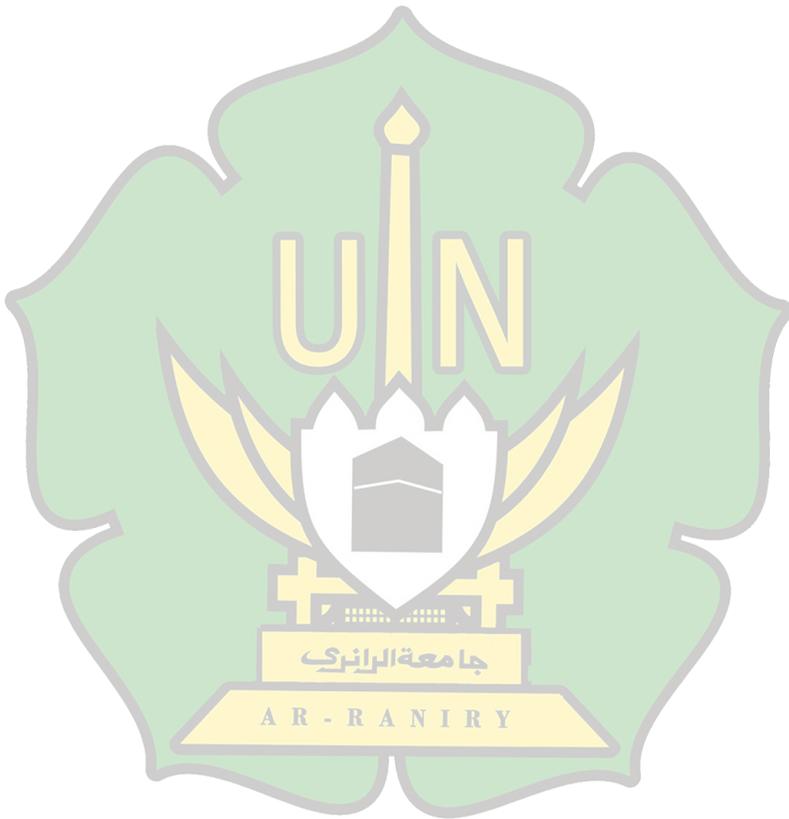
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Distribusi Ekosistem <i>Fintech</i> Di Indonesia	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	35
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	94
Lampiran 2 Output SPSS	97



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan di bidang teknologi sudah sangat cepat, seluruh kegiatan dan kebutuhan sangat mudah didapatkan hanya melalui satu genggaman tangan. Teknologi digunakan hampir dalam segala aspek kehidupan yang bertujuan untuk mempermudah manusia dalam melakukan aktivitasnya. Seperti dalam berkomunikasi, mencari informasi, pendidikan, transportasi, pariwisata, serta keuangan dan bisnis.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi sangat berpengaruh dalam tatanan kehidupan baik dalam bidang sosial, maupun ekonomi, yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang *cash*, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. Era ini dinamakan era ekonomi digital dimana memasuki zaman yang memudahkan dan mengefisiensi waktu. Ekonomi digital adalah transformasi digital yang mempengaruhi sektor sosial dan ekonomi yang berasal dari meningkatkan interkoneksi dari fungsi pekerjaan dan teknologi yang semakin canggih.

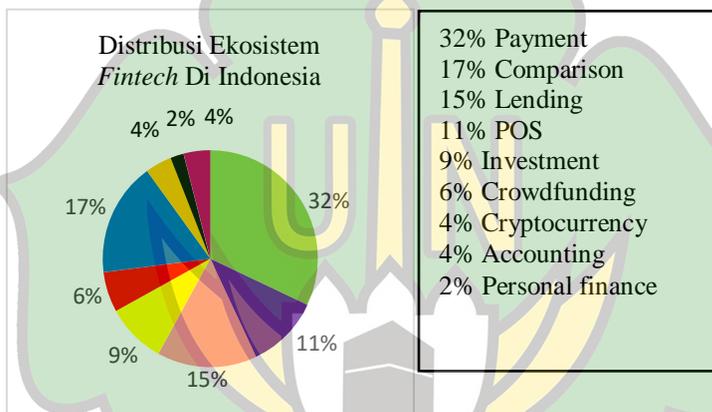
Dalam bidang keuangan munculah istilah *financial technology* atau yang biasa dikenal dengan istilah *fintech*. *Fintech* adalah bentuk usaha yang bertujuan menyediakan layanan

finansial dengan menggunakan perangkat lunak dan teknologi modern. Tujuannya yaitu untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses produk-produk keuangan dan menyederhanakan proses transaksi.

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi keuangan menimbang bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan teknologi untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat termasuk akses terhadap layanan keuangan dan proses transaksi. Surat edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP tentang penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital (LKD) menjelaskan bahwa kegiatan layanan keuangan digital adalah penggunaan teknologi berbasis *mobile* ataupun berbasis web dalam kegiatan layanan *system* pembayaran dan keuangan yang dilakukan melalui kerjasama dengan pihak ketiga dalam rangka keuangan inklusif.

Fintech bukan merupakan lembaga keuangan seperti perbankan, melainkan model bisnis baru yang sangat membantu masyarakat. *Fintech* tetap diatur oleh Bank Indonesia agar konsumen atau masyarakat dapat terlindungi. Oleh karena itu perusahaan *Fintech* wajib mendaftarkan perusahaannya pada Bank Indonesia ataupun Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Perusahaan *Fintech* sudah banyak berdiri di Indonesia dan banyak digunakan oleh Masyarakat Indonesia. Sampai September 2018 sebanyak 82

perusahaan *Fintech Lending* tercatat dan berizin pada Otoritas Jasa Keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Ada peningkatan yang sangat tinggi pada perusahaan *Fintech Lending*, yang sebelumnya pada Maret 2018 sebanyak 40 perusahaan *Fintech Lending* yang terdaftar dan berizin pada OJK. Perusahaan *Fintech* Di Indonesia meningkat lebih dari dua kali lipat atau sebesar 105% dalam jangkawaktu 6 bulan.



Sumber: *Fintech* Indonesia

Gambar 1.1 **Distribusi Ekosistem *Fintech* Di Indonesia**

Dari Gambar 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan *Fintech* jenis *Payment* (Pembayaran) paling banyak digunakan, kedua adalah *Fintech Comparison* (Pembanding Produk Keuangan) dan yang ketiga adalah *Lending* (Pembiayaan). Data Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFI) mencatat ada 235 Perusahaan *Fintech* yang beroperasi di Indonesia. Total transaksi industri *Fintech* di Indonesia sampai Juli 2018 mencapai USD 21 Juta atau sekitar Rp.

302,4 Miliar (Kurs Rp 14.400). dan diperkirakan akan meningkat terus dikarenakan banyaknya penduduk Indonesia yang memiliki ponsel dan menggunakan jasa *Fintech*.

Perkembangan *financial technology* dapat memberi dampak positif dalam perekonomian. Didukung dengan pertumbuhan internet yang meningkat, diharapkan mampu memberikan kemudahan bagi peningkatan pemerataan kesejahteraan masyarakat dan produktivitas individu itu sendiri. Perkembangan inilah yang harus di jaga dan pelaku *fintech* juga harus melakukan inovasi pelayanan serta peningkatan kualitas produknya agar tetap dapat memberikan kontribusi positif bagi perekonomian Indonesia. Mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa diharapkan juga menjadi role model untuk menggunakan *fintech* dan membantu pertumbuhan perekonomian nasional melalui kontribusinya dalam hal teknologi finansial.

Biasanya sebelum memutuskan untuk melakukan transaksi, mahasiswa/masyarakat dalam hal ini cenderung melakukan pencarian informasi yang merupakan faktor-faktor sebelum mengambil keputusan untuk bertransaksi *fintech*. Hal tersebut sangat dipengaruhi oleh teori sistem informasi, salah satunya adalah TAM (*Technology Acceptance Model*). Menurut Fred D. Davis (1986) TAM adalah teori sistem informasi yang dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna mengerti dan menggunakan sebuah teknologi informasi. Selain itu, TAM

menganggap pengadopsian teknologi oleh pengguna ditentukan oleh 2 persepsi, yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Tujuan TAM adalah untuk memberikan dasar penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. Variabel kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor penting yang mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan transaksi.

Beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Nurits Nadia Khafiyah (2019) tentang pengaruh persepsi mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan aplikasi OVO. Pada penelitian tersebut didapatkan persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan inovasi teknologi mempengaruhi secara signifikan minat menggunakan aplikasi OVO. Pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh Reza Andryanto (2016) tentang pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat beli di toko online didapatkan hasil yang sama yaitu kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh dan signifikan dalam minat beli konsumen di toko online.

Dengan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh kemudahan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi *Fintech*

(*Financial Technology*) dan pandangannya dalam Ekonomi Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh).

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat bertransaksi *Fintech* (*Financial Technology*)?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat bertransaksi *Fintech* (*Financial Technology*)?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi *Fintech* (*Financial Technology*)?
4. Apakah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat bertransaksi *fintech* (*Financial Technology*)?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat bertransaksi *fintech*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat bertransaksi *fintech*.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat bertransaksi *fintech*.

4. Untuk mengetahui persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat bertransaksi *fintech*.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Aspek Teoritis

2. Secara teoritis, hasil penelitian ini akan memberikan saran dalam pengembangan ilmu ekonomi khususnya pada bidang *Fintech*.
3. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk melengkapi kajian teoritis yang berkaitan dengan persepsi mengenai *Fintech*.

b. Aspek Praktis

2. Bagi Penulis. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapat dalam bangku perkuliahan dan membandingkannya dengan praktek di lapangan.
3. Bagi Pembaca. Sebagai salah satu bahan untuk menambah referensi bacaan yang ingin melakukan penelitian selanjutnya, khususnya bagi para mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Bagi Perusahaan. Bagi perusahaan yang bersangkutan, diharapkan lebih menggiatkan dalam penyelenggaraan dan promosi *Fintech* di berbagai sektor dan lapisan masyarakat.

d. Aspek Kebijakan

Sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan regulasi mengenai *Fintech*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan urutan penyajian dari masing-masing bab secara terperinci, singkat, dan jelas serta diharapkan dapat mempermudah dalam memahami laporan penelitian. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan pendahuluan yang menjadi gambaran awal dari apa yang menjadi latar belakang dalam penelitian ini melalui pengembangan fenomena khususnya *Fintech*, kemudian rumusan masalah dituangkan dalam pertanyaan yang akan mengarahkan penelitian, dan tujuan penelitian untuk mengetahui tujuan dibuatnya penelitian ini, serta sistematika penulisan menjelaskan penyajian hasil penelitian dari awal hingga kesimpulan dari penelitian yang akan dilakukan kemudian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang landasan teori dimana landasan teori menjabarkan dari variabel penelitian ini tentang persepsi, *Fintech*, dan menjelaskan hasil penelitian

terdahulu, serta persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang variabel penelitian, populasi, dan sampel, pendekatan penelitian, tujuan dan arah penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, serta model analisis data. Uraian tersebut digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada melalui teknik dan metode yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil pengolahan data secara induktif. Dalam pembahasan ini membahas hasil penelitian yang dilakukan secara mendalam.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penulis serta saran-saran yang dapat diberikan kepada pihak perusahaan *Fintech* dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Financial Technology (Fintech)*

2.1.1 Pengertian *Fintech*

Financial Technology (Fintech) merupakan perpaduan antara teknologi dan fitur keuangan atau dapat juga diartikan inovasi pada sektor finansial dengan setuhan teknologi modern (Priadiono, 2016:126-138). Teknologi Finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran (Bank Indonesia, 2017).

Dari definisi mengenai *Fintech* di atas dapat disimpulkan bahwa *Fintech* adalah penggabungan antara teknologi dengan sistem keuangan sehingga menghasilkan produk atau layanan keuangan dalam bentuk teknologi yang berdampak pada stabilitas keuangan dan kelancaran system pembayaran.

2.1.2 Jenis-jenis *Fintech*

Setiap penyelenggara *fintech* memiliki perbedaan jenis jasa layanan teknologi finansial. Menurut Bank Indonesia *Financial Technology* yang ada di Indonesia dapat diklasifikasikan ke dalam 5 (lima) kategori, yaitu *payment, lending, insurance, crowdfunding,* dan *investment management*.

2.1.2.1 Pembayaran (*Payment gateway*)

Pembayaran (*Payment gateway*) dalam layanan *Financial Technology* relatif lebih mudah dibandingkan dengan produk dan layanan teknologi finansial lainnya. Dua pasar pembayaran *fintech* adalah pembayaran konsumen dan ritel dan pembayaran grosir dan perusahaan. Pembayaran adalah salah satu layanan keuangan ritel yang paling sering digunakan sehari-hari, serta salah satu layanan keuangan yang paling tidak diatur (Lee dan Shin, 2017:1-85).

Penggunaan *fintech* dalam transaksi pembayaran (*payment gateway*) selalu berhubungan dengan uang elektronik. Pembayaran (*payment gateway*) menggunakan uang elektronik memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan pembayaran menggunakan uang elektronik menurut Ajeng (2018:20) diantaranya lebih cepat dan nyaman dibandingkan uang tunai, waktu transaksi yang diperlukan lebih singkat dan jumlah uang yang dapat diisi ulang melalui berbagai sarana yang telah disediakan. Adapun kelemahannya yaitu penggunaan instrumen uang elektronik oleh satu penerbit tidak bisa digunakan untuk pembayaran di merchant penerbit lainnya.

Contoh *fintech* jenis *payment gateway* di Indonesia diantaranya OVO dan GO-PAY. OVO dan GO-PAY merupakan aplikasi *fintech* yang berfungsi sebagai uang elektronik. Dengan menggunakan OVO dan GO-PAY pembayaran dapat dilakukan kapanpun selama merchant tempat berbelanja mendukung aplikasi OVO dan GO-PAY. Pembayaran menggunakan OVO dan GO-

PAY hanya khusus pada pembelian produk atau pembayaran jasa saja.

2.1.2.2 Pinjaman (*Lending*)

Pinjaman konsumen (*Peer-to-Peer Consumer Lending*) dan pinjaman bisnis (*Peer-toPeer Bussines Lending*) adalah tren besar lainnya dalam *fintech*. *Fintech* dalam pinjaman (*Peer-toPeer lending*) memungkinkan individu dan bisnis untuk meminjam antara satu sama lain. Dengan strukturnya yang efisien, layanan *fintech* pinjaman (*peer-to-peer lending*) mampu menawarkan suku bunga rendah dan proses peminjaman yang lebih baik bagi pemberi pinjaman dan peminjam. Perbedaan yang samar tetapi signifikan dari bank adalah bahwa *fintech* secara teknis tidak terlibat dalam peminjaman, karena mereka hanya menghubungkan antara pemberi pinjaman dengan peminjam, dan mengumpulkan biaya dari pengguna (Lee dan Shin, 2017:1-85). Contohnya adalah UangTeman, TemanUsaha, Koinworks, Dana didik, Kredivo, Shoot Your Dream dan sebagainya.

2.1.2.3 Asuransi (*Insurance*)

Dalam model bisnis asuransi *fintech*, *fintech* bekerja untuk memungkinkan hubungan yang lebih mudah antara perusahaan asuransi dan pelanggan. Mereka menggunakan analitis data untuk menghitung dan menyesuaikan risiko, dan ketika kelompok pelanggan potensial bertambah, pelanggan ditawarkan produk untuk memenuhi kebutuhan mereka (misalnya, asuransi mobil,

asuransi jiwa, asuransi kesehatan). Mereka juga mempermudah proses penagihan kesehatan. Model bisnis *fintech* asuransi tampaknya menjadi yang paling digunakan oleh penyedia asuransi tradisional. Teknologi ini memungkinkan perusahaan asuransi untuk memperluas pengumpulan data mereka ke sumber-sumber penyedia asuransi nontradisional untuk melengkapi model tradisional mereka, dan meningkatkan analisis risiko mereka (Lee dan Shin, 2017:1-85). Contohnya HiOscar.com yaitu start-up yang dibangun dengan tujuan untuk memberikan cara yang sederhana, intuitif, dan proaktif dalam membantu para pelanggannya menavigasi system kesehatan mereka.

2.1.2.4 Crowdfunding

Crowdfunding dalam layanan *fintech* berperan sebagai pemberdayaan jaringan individu untuk mengawasi pembuatan produk baru, media, dan ide dan mengumpulkan dana untuk amal atau modal usaha. *Crowdfunding* melibatkan tiga pihak yaitu pemrakarsa proyek atau pengusaha yang membutuhkan pendanaan, kontributor yang mungkin tertarik untuk mendukung penyebab atau proyek, dan organisasi moderator yang memfasilitasi keterlibatan antara para kontributor dan inisiator. Organisasi moderator memungkinkan para kontributor untuk mengakses informasi tentang berbagai inisiatif dan peluang pendanaan untuk pengembangan produk/ jasa (Lee dan Shin, 2017:1-85). Contoh penyedia platformnya adalah KitaBisa, Wujudkan, AyoPeduli, Crowdtivate, gandengtangan, carincara dan sebagainya.

2.1.2.5 Manajemen Investasi (*Investment Management*)

Manajemen investasi dalam layanan fintech berperan sebagai penyedia jaringan individu untuk mengelola beragam sekuritas atau surat berharga seperti saham, obligasi dan aset lainnya dengan tujuan untuk mencapai target investasi yang menguntungkan bagi investor. Layanan dalam bidang ini dapat mempermudah investor dalam mengamati dan mendiskusikan strategi investasi atau portofolio dengan anggota lain dari jejaring sosial. Perdagangan saham dalam layanan fintech memungkinkan investor dan pedagang untuk terhubung satu sama lain untuk mendiskusikan dan berbagi pengetahuan, membeli dan menjual komoditas dan saham, dan memantau risiko secara *real-time*. Pengguna dapat melihat harga saham secara langsung dan mengirim atau menerima dana dalam berbagai mata uang secara aman melalui perangkat seluler yang digunakan. Dengan layanan *fintech*, pengguna dapat bertransaksi dengan biaya yang jauh lebih rendah, melalui metode pembayaran yang jauh lebih mudah bagi individu atau bisnis.

2.1.3 Manfaat *Fintech*

Menurut Bank Indonesia, Perkembangan *Fintech* yang sangat pesat di Indonesia dapat membawa banyak manfaat, manfaat tersebut dapat bagi peminjam, investor maupun perbankan di Indonesia:

- a. Bagi peminjam, manfaat yang dirasakan seperti mendorong inklusi keuangan, memberikan alternative pinjaman bagi

debitur yang belum layak kredit, prosesnya mudah dan cepat, dan persaingan yang ditimbulkan mendorong penurunan suku bunga pinjaman.

- b. Bagi investor *Fintech*, manfaat yang dapat dirasakan seperti alternatif investasi dengan return yang lebih tinggi dengan risiko *default* yang tersebar di banyak investor dengan nominal masing-masing cukup rendah dan investor dapat memilih peminjam yang didanai sesuai preferensinya.
- c. Bagi perbankan, kerjasama dengan *Fintech* dapat mengurangi biaya seperti penggunaan *non-traditional credit scoring* untuk filtering awal aplikasi kredit, menambah Dana Pihak Ketiga (DPK), menambah channel penyaluran kredit dan merupakan alternatif investasi bagi perbankan.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016), manfaat *Fintech* di Indonesia, yaitu:

- a. Mendorong distribusi pembiayaan Nasional yang masih belum merata di 17.000 pulau;
- b. Mendorong kemampuan ekspor UMKM yang saat ini masih rendah;
- c. Meningkatkan Inklusi keuangan nasional;
- d. Mendorong pemerataan tingkat kesejahteraan penduduk;
- e. Membantu pemenuhan kebutuhan pembiayaan dalam negeri yang masih sangat besar.

2.1.4 Regulasi Industri *Fintech* di Indonesia

Regulasi industri *Fintech* sangat penting keberadaannya, mengingat produk *Fintech* adalah hal baru dalam dunia perekonomian. Belum banyak regulasi yang mengatur operasional *Fintech* di Indonesia sehingga banyak hal yang masih menimbulkan masalah. Dalam kaidah fiqh dijelaskan bahwa:

بِدَلِيلٍ إِلَّا وَإِلْبَاحَهُ أَجْلُ الْمُعَامَلَاتِ فِي الشَّرْطِ فِي الْأَصْلِ

“Hukum asal menetapkan syarat dalam mu’âmalah adalah halal dan diperbolehkan kecuali ada dalil (yang melarangnya)”.

Keberadaan industri *Fintech* di Indonesia saat ini telah diatur oleh lembaga-lembaga yang berwenang guna melindungi hak-hak pengguna produk *Fintech*. Dalam hal ini Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan dan Majelis Ulama Indonesia adalah pihak yang berhak membuat regulasi untuk mengatur perkembangan *Fintech* di Indonesia, adapun regulasi tersebut antara lain:

- a. Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi dan sistem keuangan informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *financial technology* dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrument,

penyelenggaraan, mekanisme maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.

- b. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 tentang layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi yang menyatakan layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi adalah penyelenggaraan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima dalam rangka melakukan perjanjian pinjam-meminjam dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet.
- c. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 13/POJK.02/2018 tentang inovasi keuangan digital di sektor jasa keuangan yang menyatakan inovasi keuangan digital adalah aktivitas pembaruan proses bisnis, model bisnis, model bisnis, dan instrument keuangan yang memberikan nilai tambah dari sektor jasa keuangan dengan melibatkan ekosistem digital.
- d. Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan *financial technology* yang menyatakan *financial technology* adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan sistem pembayaran.

- e. Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. 116/DSNMUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah.
- f. Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. 117/DSNMUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Syariah Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah yang mempertemukan atau menghubungkan pemberi pembiayaan dengan penerima pembiayaan dalam rangka melakukan akad pembiayaan melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet.

Regulasi mengenai operasional industri *Fintech* sangat diperlukan untuk dijadikan pedoman bagi masyarakat. Khususnya masyarakat muslim sangat membutuhkan pedoman untuk mengetahui batasan-batasan bertransaksi menggunakan *Fintech*. Mengingat fenomena perkembangan *Fintech* masih tergolong hal baru bagi sebagian masyarakat dan masih belum banyak aplikasi *Fintech* berbasis syariah.

2.1.5 *Financial Technology* Menurut Ekonomi Islam

Sebagai bagian dari sistem Islam, sistem ekonomi Islam dibangun di atas dasar syariah, yaitu menempatkan Allah SWT sebagai As-Syari' (Pembuat hukum) dan menyadari sepenuhnya kewenangan-Nya dalam menetapkan aturan yang berkaitan dengan amal perbuatan manusia. Pengakuan ini harus total. Akal harus diposisikan sebagai alat memahami hukum dan realitas untuk memecahkan masalah kehidupan secara islami, yang dikenal

dengan istilah ijtihad. Akal berfungsi untuk memahami realitas yang dihadapi dan kemudian dipertautkan dengan hukum syariah yang mengaturnya. Akal bukanlah sumber kelahiran sebuah hukum (Yusanto dan Yunus, 2009:18-21).

Secara prinsip islami, tidak ada satu pijakan hukum pun yang dapat diterima kecuali yang berasal dari Allah SWT. Oleh karena itu, sebuah hukum, agar dapat disebut sebagai hukum syariah, haruslah bersumber dari dalil-dalil syariah. Sumber-sumber tersebut adalah Al-Quran, as-Sunnah, Ijma' Sahabat dan Qiyas. Qiyas merupakan bentuk pengambilan hukum dengan menganalogikan hukum asal 'illat (hal yang menimbulkan adanya hukum) pada perkara baru yang harus dihukumi (Yusanto dan Yunus, 2009:18-21).

حَرَامٌ وَهَذَا لِأَنَّ هَذَا الْكُذِبَ أَلْسِنَتُكُمْ تَصِفُ لِمَا تَقُولُوا وَلَا

Artinya: “Janganlah kalian mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lisan kalian secara dusta, bahwa ini halal dan ini haram ...” (QS An-Nahl:116) (tafsirq.com)

Halal atau haram adalah dua sifat yang salah satunya pasti ada untuk setiap benda yang dapat diindera, yang diciptakan oleh Allah SWT seperti benda yang dapat dimakan, dipakai, dikendarai, didiami, yang dapat digunakan atau tidak dapat digunakan. Apabila kita mendalami nash-nash Syariah pada dasarnya Allah telah menetapkan bahwa hukum asal segala sesuatu/benda adalah mubah. Allah membolehkan kita memanfaatkan segala sesuatu/benda yang ada, yang diperoleh manusia dari usahanya.

Allah hanya mengecualikan, dari yang umum itu, sebagian (kecil) benda yang diharamkan melalui nash secara khusus.

Menurut Yusuf, Ashal dan Fadhli (2019: 1-2), *Ecommerce* merupakan transaksi komersil (jual beli) secara elektronik (digital). Adanya kemudahan dan biaya relatif murah memberikan pengaruh yang cukup besar untuk mengubah perilaku masyarakat, baik pedagang maupun pembeli, untuk melakukan transaksi melalui *e-commerce*. Jika mengutip kaidah fikih, kita mendapatkan bahwa pada dasarnya suatu transaksi (urusan sosial) itu hukumnya boleh/mubah sampai ada dalil yang mengharamkannya.

Jumhur ulama berpendapat bahwa rukun jual beli ada 4, yaitu: pertama akad (ijab qabul), kedua orang-orang yang berakad, ketiga ma'kud 'alaih yaitu barang-barang yang bermanfaat atau objek dan keempat adalah nilai tukar pengganti barang yaitu sesuatu yang memenuhi 3 syarat yakni bias menyimpan nilai, bisa menilai atau menghargakan suatu barang dan bisa dijadikan alat tukar. Dalam praktik jual beli *ecommerce* ada beberapa hal yang menjadi isu dan harus diperhatikan, yaitu majlis akad, prinsip akad, bentuk penyerahan barang, bentuk serah terima barang dan keabsahan barang yang diterima. (Yusuf, Ashal & Fadhli, 2019: 25-37)

a. Majlis Akad

Secara umum bentuk majlis akad dalam jual beli harus dilakukan dengan tatap muka dan tunai. Namun pada majlis akad dalam *e-commerce* kedua belah pihak tidak langsung

bertatap muka pada saat transaksi dilakukan. Dalam transaksi *e-commerce*, semua bentuk rukun jual beli harus terpenuhi mulai dari pihak yang berakad hingga terhubungnya qabul dan ijab. Sebagaimana kita ketahui bahwa dasar dari rukun dan syarat pada suatu transaksi dapat dibenarkan adalah keridhaan pada pihak yang berakad, yaitu penjual dan pembeli, sehingga dalam suatu akad, instrumen yang sangat diperhatikan adalah kejelasan secara detail terhadap objek yang diperjualbelikan, baik zatnya, keutamaannya, fungsinya, bentuknya, bahkan ketentuan harganya. Semua itu dilakukan demi tuntutan untuk mewujudkan jual beli yang didasari atas “taradhi” atau keridhaan kedua belah pihak. Maka dengan dasar keridhaan dalam jual beli, majlis akad tidak terbatas pada pemahaman di mana kedua belah pihak harus hadir secara fisik di tempat, melainkan boleh secara virtual, selama terhubung melalui suatu jaringan yang menghubungkan kedua belah pihak dalam waktu berjalan (online), seperti komunikasi melalui seluler atau internet.

b. Prinsip Akad

Ada beberapa prinsip yang harus dipenuhi dalam mewujudkan akad yang sah dalam syariat, yaitu: Prinsip kebolehan, prinsip kebebasan berakad, prinsip konsensualisme, prinsip janji itu mengikat, prinsip kemaslahatan, prinsip amanah dan prinsip keadilan.

c. Bentuk Penyerahan Barang

Sebelum melakukan proses serah terima barang, perlu diketahui bentuk-bentuk pernyataan kehendak berupa ijab dan qabul dalam proses akad. Adapun beberapa bentuk yang boleh dilakukan dapat melalui verbal (ucapan), delegasi dan tulisan.

d. Bentuk Serah Terima

Pola dan skema serah terima barang dalam jual beli memiliki macam bentuk. Suatu transaksi jual beli dapat dikatakan sah manakala barang yang dibeli telah diterima fisiknya oleh pembeli. Dalam transaksi e-commerce pada umumnya menerapkan skema pembayaran secara tunai, selanjutnya barang akan dikirim kepada pembeli, sebagaimana sering disebut dengan istilah bai' salam.

e. Keabsahan Barang yang Diterima

Ada beberapa hal yang wajib diperhatikan agar transaksi dalam e-commerce memenuhi keabsahan dan terhindar dari cacat dalam prosesnya, yaitu: hak kepemilikan penuh dan barang yang ditampilkan jelas dan terukur secara detail jenis maupun sifatnya. Dengan menyampaikan keterangan sifat saja cukup dapat dianggap dikategorikan melihat, apalagi *e-commerce* didukung dengan teknologi foto yang dapat menggambarkan objek sebenarnya. Oleh karena itu keabsahan barang yang diperjualbelikan harus memenuhi dua syarat: Pertama, barang yang dijual dan dibeli adalah

barang yang halal dan bermanfaat. Kedua, barang yang dikirim sesuai dengan yang ditampilkan/diiklankan.

Sahnya transaksi jual beli dalam *e-commerce* dapat dikatakan sempurna manakala barang yang dipesan telah sampai sesuai dengan alamat tujuan dengan perjanjian waktu pengiriman yang telah ditentukan dan utuh sebagaimana keterangan melalui sifat-sifat yang telah dijelaskan melalui katalog Olshop. Jika yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diadakan, maka pihak pembeli diberikan hak hiyar untuk melakukan *refund* atau penggantian barang sesuai dengan yang termaktub dalam akad. (Yusuf, Ashal & Fadhli, 2019: 25-37).

2.2 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Teori Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) sangat berpengaruh dan umum digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Teori ini pertama kali dikenalkan oleh Davis pada tahun 1986. Teori ini dikembangkan dari Theory of Reasoned Action atau TRA oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980 (Jogiyanto, 2007:111).

Teori Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) dikembangkan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Davis pada tahun 1986. TRA dikembangkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein pada tahun 1980. Teori TRA diderivasi dari penelitian sebelumnya yang dimulai dari teori sikap (*theory of attitude*) yang mempelajari

tentang sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavior*). TRA lahir karena kurang berhasilnya penelitian-penelitian yang menguji teori sikap, yaitu hubungan antara sikap dan perilaku. Hasil-hasil dari penelitian yang menguji teori sikap ini kurang memuaskan karena banyak ditemukan hasil hubungan yang lemah antara pengukuran-pengukuran sikap (*attitude*) dengan kinerja dari perilaku sukarela (*volitional behavior*) yang dikehendaki.

Berdasarkan teori TRA, minat dan perilaku adalah dua hal yang mempengaruhi alasan seseorang menggunakan teknologi. Minat merupakan keinginan untuk melakukan perilaku. Perilaku adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan. TRA menjelaskan bahwa perilaku (*behavior*) dilakukan karena individual mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya. Sehingga minat perilaku akan mempengaruhi perilakunya.

Model TRA dapat diterapkan karena keputusan yang dilakukan oleh individu untuk menerima suatu teknologi system informasi merupakan tindakan sadar yang dapat dijelaskan dan diprediksi oleh minat perilakunya. Pada tahun 1986, Davis menambahkan dua konstruk ke dalam model TRA yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang disebut dengan Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM). TAM berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk tersebut.

Teori Perilaku Rencanaan (*Theory of Planned Behavior* atau TPB) merupakan pengembangan lebih jauh dari TRA. Pada tahun 1988, Ajzen menambahkan sebuah konstruk yang belum ada di TRA. Konstruk ini disebut dengan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Konstruk ini ditambahkan di TPB untuk mengontrol perilaku individual yang dibatasi oleh kekurangan-kekurangan sumber daya yang digunakan untuk melakukan perilakunya.

Technology Acceptance Model (TAM) yang pertama yang belum dimodifikasi menggunakan lima konstruk utama. Kelima konstruk ini adalah sebagai berikut (Jogiyanto, 2008):

1. Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*)
2. Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*)
3. Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behaviour*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*)
4. Minat perilaku (*behavioral intention*) atau minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*)
5. Perilaku (*behavioral*) atau penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*)

2.3 Persepsi Kemudahan

Davis (1989) menyatakan persepsi kemudahan adalah tingkat keyakinan seseorang terhadap sesuatu bahwa dalam

penggunaannya akan terbebas dari segala bentuk usaha. Sedangkan menurut Wibowo dkk (2015) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alwafi dan Magnadi (2016), yang mengungkapkan jika sebuah layanan ternyata lebih rumit dibandingkan dengan manfaat yang didapat maka pelanggan akan memutuskan lebih memilih melakukan transaksi secara konvensional atau tidak lagi menggunakan teknologi tersebut.

Berikut merupakan beberapa indikator kemudahan (Pratiwi, Indriani, & Sugiarto, 2017):

1. Penggunaan yang mudah dipelajari;
2. Interaksi yang jelas dan mudah dipahami;
3. Interaksi tidak membutuhkan usaha yang besar;
4. Mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

2.4 Persepsi Manfaat

Davis (1989) menyatakan, bahwa pengertian dari manfaat itu merupakan kemampuan suatu teknologi tersebut untuk menghasilkan keuntungan. Sedangkan menurut Tjini dan Baridwan (2012), persepsi manfaat merupakan sesuatu yang menyatakan individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dari individu tersebut. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibanding

saat tidak menggunakan teknologi baru tersebut (Wibowo, Rosmauli, & Suhud, 2015). Sejalan dengan penelitian sebelumnya, Saripah dkk (2016) mendefinisikan persepsi kebermanfaatan sebagai sebuah sistem yang akan selalu berkaitan erat dengan produktivitas dan efektivitas suatu sistem dalam menyelesaikan tugas secara menyeluruh. Sehingga persepsi kebermanfaatan didefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunaanya.

Penilaian positif terhadap faktor persepsi kebermanfaatan dianggap akan menggerakkan minat pengguna dalam menggunakan teknologi. Menurut Pratiwi dkk (2017) indikator pengukur persepsi manfaat terdiri dari:

1. Meningkatkan produktivitas;
2. Meningkatkan keefektifan dalam kehidupan sehari-hari;
3. Mengurangi waktu bertransaksi;
4. Sangat bermanfaat.

2.5 Kepercayaan

Kepercayaan menurut Morgan dan Hunt (1994) didefinisikan sebagai indikator wilayah psikologis dimana kondisinya ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran dapat meyakini kehandalan dan keintegritasan pihak yang lain. Sedangkan menurut Tjini dan Baridwan (2012), kepercayaan merupakan sesuatu hal yang menyangkut perihal kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut akan

mendatangkan manfaat atau tidak. Dimana kepercayaan tidak dapat begitu saja diperoleh, melainkan harus dibangun dari awal dan kemudian dapat dibuktikan (Saputro & Sukirno, 2013). Sehingga jika seorang individu sudah memiliki kepercayaan terhadap suatu teknologi maka akan meningkatkan minatnya dalam penggunaan teknologi.

Menurut Verhagen dan Dolen (2007) Indikator pengukuran variabel kepercayaan diantaranya yaitu:

1. Dapat diandalkan;
2. Memiliki reputasi yang baik;
3. Memberikan keamanan dalam bertransaksi.

2.6 Minat Bertransaksi

Menurut Davis (1986), minat merupakan perilaku yang didefinisikan sebagai tingkatan dari seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan suatu hal tertentu. Sedangkan menurut Kotler & Keller (2012) minat adalah sesuatu yang timbul setelah melihat rangsangan dari produk yang dilihat nya. Kemudian, dalam penelitian yang dilakukan oleh Tjini dan Baridwan (2012) disebutkan bahwa minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga, jika seorang individu menilai adanya kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan, dan kemandirian yang dirasa dan dicapai dari penggunaan teknologi tersebut, disaat itulah akan mendatangkan minat menggunakannya lagi.

2.7 Penelitian Terkait

Dalam penulisan penelitian ini peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo dan Lala (2016), Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan *E-Money*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi mudah digunakan dan persepsi keamanan serta persepsi risiko secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan. Namun, persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Ajeng Nurmalasari (2018), Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *T-Cash* pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini menyimpulkan bahwa hasil yang didapat dari analisis data menunjukkan bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *T-Cash*. Sedangkan persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan serta keamanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *T-Cash*.
3. Nurits Nadia Khafiyah (2019), Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa, terdapat pengaruh antara variable persepsi

mahasiswa mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan aplikasi ovo. Minat menggunakan aplikasi ovo dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan inovasi teknologi.

4. Reza Andryanto (2016), Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online. Dari hasil penelitian diperoleh kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen OLX.co.id.
5. Tri Ina Fadhilah R (2018), Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan *Financial Tecnology (Fintech)*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberadaan *Fintech* yang menjadikan inovasi keuangan model terbaru di Indonesia khususnya di kota Medan telah memberikan kemudahan masyarakat dalam melakukan proses transaksi keuangan, sehingga menimbulkan sikap masyarakat untuk mendukung adanya keberadaan *Fintech* dan kemudian merasa senang menggunakan layanan tersebut.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Indrawan Firdauzi (2016) Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta. Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat sebesar 17,2%, variable

kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan sebesar 54,7%, variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen sebesar 82,4%, variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sebesar 66,8%, variabel perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat sebesar 69,3%.

7. Penelitian yang dilakukan oleh M Ledesman (2018) yang berjudul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)” dalam penelitiannya variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *m banking*. Juga variable kemudahan penggunaan yang berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *m-banking*. Sedangkan untuk variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *m-banking*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada lokasi penelitian. Sedangkan persamaannya terletak pada variabel dependen dan independen yang digunakan.

Untuk lebih mempermudah penjelasan dan melihat beberapa sisi baik persamaan, maupun perbedaan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berikut ini penulis akan

menampilkan tabel 2.1 tentang penelitian terdahulu yang mencakup penjelasan persamaan, perbedaan dan hasil penelitian. Adapun tabel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Peneliti/Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo dan Lala (2016), Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan <i>E-Money</i>	Kuantitatif	Persepsi mudah digunakan dan persepsi keamanan serta persepsi risiko secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan. Namun, persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan
2	Ajeng Nurmalasari (2018), Faktor faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan <i>T-Cash</i> pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia	Kuantitatif	Hasil yang didapat dari analisis data menunjukkan bahwa variable kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>T-Cash</i> . Sedangkan persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan serta keamanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>T-Cash</i>
3	Nurits Nadia Khafiyah (2019), Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO	Kuantitatif	Dari hasil penelitian diperoleh bahwa, terdapat pengaruh antara variable persepsi mahasiswa mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan aplikasi ovo. Minat menggunakan aplikasi ovo dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan inovasi teknologi.
4	Reza Andryanto (2016), Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online	Kuantitatif	Dari hasil penelitian diperoleh bahwa, terdapat pengaruh antara variable persepsi mahasiswa mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan aplikasi ovo. Minat menggunakan aplikasi ovo dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan inovasi teknologi.

5	Tri Inda Fadhilah R (2018), Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan <i>Financial Technology (Fintech)</i>	Kuantitatif	Keberadaan <i>Fintech</i> yang menjadikan inovasi keuangan model terbaru di Indonesia khususnya di Kota Medan telah memberikan kemudahan masyarakat dalam melakukan proses transaksi keuangan, sehingga menimbulkan sikap masyarakat untuk mendukung adanya keberadaan <i>Fintech</i> dan kemudian merasa senang menggunakan layanan tersebut.
6	Indrawan Firdausi (2016), Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta	Kuantitatif	Variabel kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat, variable kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan, variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen, variable kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat, variable perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat.
7	M Ledesman (2018), Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada BSM Cabang Bandar)	Kuantitatif	variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan m banking. Juga variable kemudahan penggunaan yang berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan m banking. Sedangkan untuk variable kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah

Sumber: data olahan, 2023

2.8 Keterkaitan Antar Variabel

2.8.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan *Fintech*

Kemudahan dalam sistem pembayaran saat ini banyak dirasakan oleh generasi milenial. Banyak muncul sistem

pembayaran dengan kemajuan teknologi yang dikenal dengan *financial technology*. Mahasiswa dan generasi milenial dapat merasakan kemudahan dari fintech karena dengan menggunakan berbagai *platform fintech* sebagai alat pembayaran maka mereka dapat melakukan transaksi lebih mudah dan cepat.

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara persepsi kemudahan dengan minat untuk menggunakan suatu teknologi. Seperti penelitian milik Alwafi dan Magnadi (2016) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan (*ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Tokopedia. Serta Wibowo dkk (2015) turut menyatakan bahwa persepsi kemudahan (*ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Kemudian penelitian diatas juga didukung oleh penelitian milik Wu dkk (2010) dimana hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara positif terhadap niat pelanggan untuk menggunakan sistem *online banking*.

2.8.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan *Fintech*

Persepsi kebermanfaatan didefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Penilaian positif terhadap faktor persepsi kebermanfaatan dianggap akan menggerakkan minat pengguna dalam menggunakan teknologi.

Saripah dkk (2016) dalam penelitiannya menemukan, bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filling*. Hasil serupa juga didapatkan dalam penelitian milik Wibowo dkk (2015) yang menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rakhmawati dan Isharijadi (2013) serta Tjini dan Baridwan (2012), yang menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan system internet banking.

2.8.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Fintech*

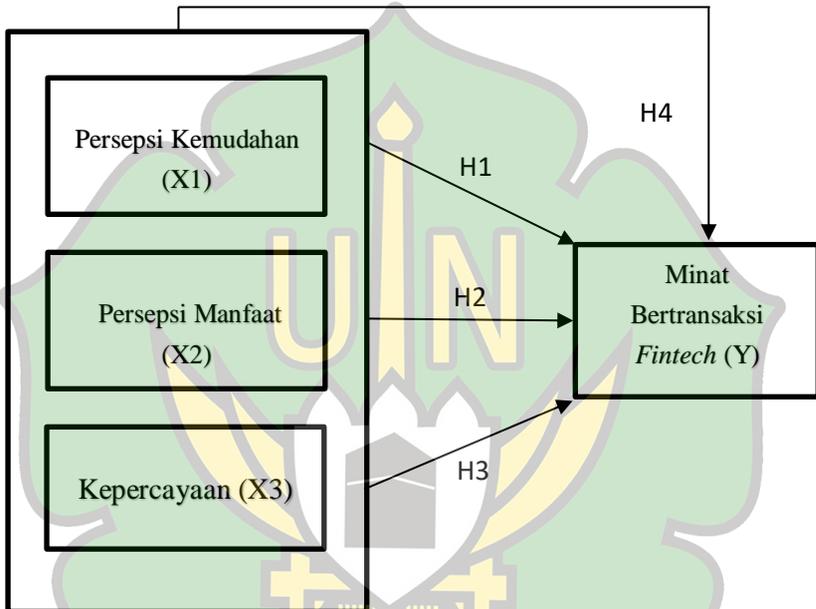
Persepsi kepercayaan pada sebuah teknologi oleh penggunanya dianggap penting untuk mempengaruhi minat penggunaan *fintech*. Penilaian atas kepercayaan pengguna terhadap sebuah teknologi dirasa akan sejalan dengan tingkat minat pengguna dalam menggunakan *fintech*. Oleh karena itu, upaya besar harus dilakukan untuk terus meningkatkan kepercayaan pengguna, karena kepercayaan memiliki pengaruh yang besar terhadap penerimaan sistem baru.

Dalam penelitian milik Wibowo dkk (2015) kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Begitu juga hasil yang didapat dalam penelitian milik Wu dkk (2010), Rakhmawati dan Isharijadi (2013), serta Afghani dan Yulianti (2016) yang menunjukkan bahwa kepercayaan memberikan

pengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem internet banking.

2.9 Kerangka Berpikir

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber: Data Olan, 2023

2.10 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan pada latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian serta landasan teori seperti yang telah diuraikan tersebut diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

H_1 = Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi *Fintech*

- H₂ = Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap minat bertransaksi *Fintech*
- H₃ = Kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi *Fintech*
- H₄ = Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat bertransaksi *Fintech*.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Sugiyono (2013), metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi *Fintech* (*Financial Technology*) Dan Pandangannya Dalam Ekonomi Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh).

3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Sumber data primer ialah orang yang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti atau sumber informasi yang langsung mempunyai wewenang dan tanggung jawab terhadap pengumpulan dan penyimpanan data yang dicari (Sugiyono, 2015). Sumber data

primer yang diambil pada penelitian ini adalah dari angket/kuesioner.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2016: 117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasi tidak hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang akan dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, prodi Ilmu Ekonomi, Perbankan Syariah, dan Ekonomi Syariah dari leting 2016-2019.

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti) yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Menurut Sugiyono (2011: 81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Adapun untuk menentukan jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin.

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

Keterangan:

n: Ukuran Sampel/Jumlah Responden

N: Ukuran Populasi

e: Presentase Kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang bisa ditolerir.

Dalam rumus Slovin Ada ketentuan sebagai berikut:

a. Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

b. Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 2407 mahasiswa, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{2407}{1+2407(0.1)^2}$$

$n = \frac{2407}{25.07} = 96,0$; maka sampel penelitian ini adalah berjumlah 96 responden.

Besarnya sampel yang ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 96 Mahasiswa.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:27) metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan (*field research*), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini

penulis melakukan penelitian lapangan dengan menggali data bersumber dari lokasi atau lapangan penelitian yaitu: di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan Skala Likert 5 poin. Jawaban responden berupa pilihan 5 alternatif yang ada, yaitu:

- a) SS : Sangat Setuju
- b) S : Setuju
- c) N : Netral
- d) TS : Tidak Setuju
- e) STS : Sangat Tidak Setuju

Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

- a) SS : 5
- b) S : 4
- c) N : 3
- d) TS : 2
- e) STS : 1

3.5 Uji Asumsi Klasik

Menurut Hasan (2001: 280) dalam penggunaan regresi terdapat beberapa asumsi dasar. Asumsi dasar juga dikenal sebagai asumsi klasik, maka hasil yang diperoleh dapat lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan. Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda. Tidak ada ketentuan yang pasti tentang urutan uji mana dulu yang harus dipenuhi.

3.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *kolmogorov-smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,05$ (Imam Ghozali, 2011: 160-165).

3.5.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2011: 105-106) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

3.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji

grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji *white*. Pengujian pada penelitian ini menggunakan grafik *plot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Imam Ghozali, 2011: 139-143).

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Riduwan (2010: 97) Mengatakan bahwa jika instrumen dikatakan valid berarti menunjukan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid sehingga valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Arikunto (1999: 65), Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu tes. Suatu tes dikatakan valid apabila tes tersebut mengukur apa yang hendak diukur memiliki validitas yang tinggi jika hasilnya sesuai dengan kriteria, dalam arti memiliki kesejajaran antara tes dan kriteria. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *software* SPSS versi 20 windows.

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (dengan signifikan 0,05) maka pengukuran tersebut dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (dengan signifikan 0,05) maka pengukuran tersebut dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sukardi (2012) reliabilitas sama dengan konsistensi atau keajegan. Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila instrumen penelitian tersebut memiliki hasil yang konsisten dalam mengukur yang hendak diukur. Semakin reliabel suatu tes memiliki persyaratan maka semakin yakin kita dapat menyatakan bahwa hasil tes mempunyai hasil yang sama ketika dilakukan kembali. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik formula *alpha cronbach*. Menurut Suharsimi Arikunto (2010), Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 atau 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

Rumus *alpha cronbach*:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan

r_{11} = koefisien reliabilitas

k = jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$ = jumlah varian butir

$\sigma^2 t$ = varians total

Cara yang di gunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner pada penelitian ini dengan melihat besaran nilai *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Skala Likert	Skala Pengukuran
Persepsi Kemudahan (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan yang mudah dipelajari; 2. Interaksi yang jelas dan mudah dipahami; 3. Interaksi tidak membutuhkan usaha yang besar; 4. Mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhan. <p>Pratiwi, Indriani, & Sugiarto (2017)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat Setuju (SS)=5 2. Setuju (S)=4 3. Netral (N)=3 4. Tidak Setuju (TS)=2 5. Sangat Tidak Setuju (STS)=1 	Nominal
Persepsi Manfaat (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan produktivitas; 2. Meningkatkan keefektifan dalam kehidupan sehari-hari; 3. Mengurangi waktu bertransaksi; 4. Sangat bermanfaat. <p>Pratiwi dkk (2017)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat Setuju (SS)=5 2. Setuju (S)=4 3. Netral (N)=3 4. Tidak Setuju (TS)=2 5. Sangat Tidak Setuju (STS)=1 	Nominal
Kepercayaan (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat diandalkan; 2. Memiliki reputasi yang baik; 3. Memberikan keamanan dalam bertransaksi. <p>Verhagen dan Dolen (2007)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat Setuju (SS)=5 2. Setuju (S)=4 3. Netral (N)=3 4. Tidak Setuju (TS)=2 5. Sangat Tidak Setuju (STS)=1 	Nominal
Minat Bertransaksi <i>Fintech</i> (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan dalam penggunaan; 2. Manfaat yang didapatkan dari penggunaan teknologi tersebut; 3. Kepercayaan terhadap satu inovasi baru 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat Setuju (SS)=5 2. Setuju (S)=4 3. Netral (N)=3 4. Tidak Setuju (TS)=2 5. Sangat Tidak Setuju (STS)=1 	Nominal

	dalam teknologi.		
	Tjini dan Baridwan (2012)		

Sumber: data olahan 2023

3.8 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan-pernyataan yang menggambarkan suatu hubungan antar dua variabel antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) yang menjadi sebagai dugaan sementara yang perlu diuji kebenarannya dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2013) Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah peneliti telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan merancang Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a) digunakan dengan tujuan untuk mengetahui arah pengaruh antar variabel yang diteliti. Untuk keperluan analisis statistik, hipotesisnya berpasangan dengan Hipotesis Nol. Untuk menguji hipotesis dilakukan dengan melalui hipotesis berikut.

H_{01} : Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat bertransaksi *financial technology*.

H_{a1} : Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat bertransaksi *financial technology*.

H_{02} : Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat bertransaksi *financial technology*.

H_{a2} : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat bertransaksi *financial technology*.

H_{03} : Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat bertransaksi *financial technology*.

H_{a3} : Kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi *financial technology*.

H_{04} : Persepsi kemudahan, Persepsi manfaat dan Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat bertransaksi *financial technology*.

H_{a4} : Persepsi kemudahan, Persepsi manfaat dan Kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi *financial technology*.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, maka analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2014) analisis regresi linier berganda adalah meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 3.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	: Minat bertransaksi <i>Fintech</i>
a	: Koefisien konstanta
$b_1b_2b_3$: Koefisien regresi
X_1, X_2, X_3	: Variabel bebas
ε	: <i>Error</i> , variabel gangguan.

3.8.2 Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh literasi keuangan dan inklusif keuangan terhadap kinerja keuangan. Menurut Sugiyono (2014) dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2/n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2	: Koefisien determinasi
k	: jumlah variabel independen
n	: jumlah anggota data atau kasus

F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan F_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan 5%

atau dengan *degree freedom* = k (n-k-1) dengan kriteria sebagai berikut:

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig $< \alpha$

H_1 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai sig $> \alpha$

Jika terjadi penerimaan H_0 , maka dapat diartikan tidak berpengaruh signifikan model regresi berganda yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan pula pengaruh dari variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

3.8.3 Menguji Signifikan Dengan Uji T

Uji t dilakukan untuk menguji signifikan konstanta dari setiap variabel independen akan berpengaruh terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan:

$$t = \frac{r(\sqrt{n-2})}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t : t_{hitung}

r : koefisien korelasi - R A N I R Y

n : jumlah responden

Pengambilan kesimpulan adalah dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% berarti variabel tersebut berpengaruh secara signifikan. Sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti variabel tidak berpengaruh signifikan.

3.9 Analisis Koefisien Determinasi

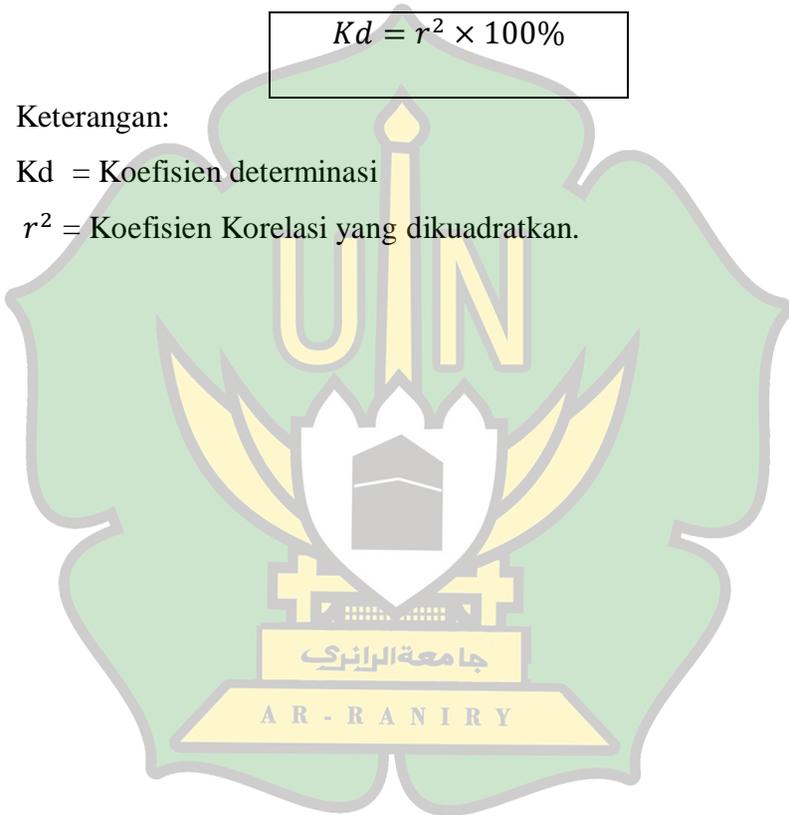
Menurut Sugiyono (2013), untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y maka digunakan koefisien determinasi (KD) yang merupakan koefisien korelasi yang biasanya dinyatakan dengan presentasi (%).

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi yang dikuadratkan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	63	65.6	65.6	65.6
	Perempuan	33	34.4	34.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Data Diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden yang paling mendominasi adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu berjumlah 63 orang atau setara dengan 65,6%. Sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 33 orang atau setara dengan 34,4%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 Tahun	4	4.2	4.2	4.2
	21 Tahun	7	7.3	7.3	11.5
	22 Tahun	14	14.6	14.6	26.0
	23 Tahun	32	33.3	33.3	59.4
	24 Tahun	26	27.1	27.1	86.5
	25 Tahun	12	12.5	12.5	99.0
	26 Tahun	1	1.0	1.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Data Diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang paling mendominasi adalah responden dengan usia 23 tahun yaitu berjumlah 32 orang atau setara dengan 33,3%. Responden kedua terbanyak adalah responden dengan usia 24 tahun yang berjumlah 26 orang atau setara dengan 27,1%. Responden ketiga terbanyak adalah responden dengan usia 22 tahun sebanyak 14 orang atau setara dengan 14,6% dan usia 25 tahun sebanyak 12 orang atau setara dengan 12,5%. Sedangkan responden yang paling sedikit adalah responden dengan usia 26 tahun yaitu berjumlah 1 orang atau setara dengan 1%. Kemudian, responden dengan usia 20 tahun dan usia 21 tahun yaitu berjumlah masing-masing 4 orang dan 7 orang atau setara dengan 4,2% dan 7,3%.

4.3 Deskripsi Variabel

4.3.1 Variabel Persepsi Kemudahan

Variabel persepsi kemudahan terdiri atas beberapa indikator yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Jawaban Variabel Persepsi Kemudahan

Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Rata-rata
Teknologi <i>Fintech</i> sangat mudah untuk dipelajari oleh saya	1	7	13	54	21	3,91
Teknologi <i>Fintech</i> dengan mudah mengerjakan apa yang diinginkan oleh saya	1	5	13	58	19	3,93
Saya sangat mudah beradaptasi dengan teknologi <i>Fintech</i>	0	2	12	53	29	4,14
Teknologi <i>Fintech</i> sangat mudah untuk meningkatkan keterampilan saya	2	5	10	59	20	3,94
Secara keseluruhan teknologi <i>Fintech</i> sangat mudah untuk dioperasikan	8	3	15	41	29	3,83
Rata-Rata						3,95

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel persepsi kemudahan adalah 3,95 (dibulatkan menjadi 4). Artinya rata-rata jawaban pada variabel ini terhadap pernyataan yang diberikan adalah setuju.

4.3.2 Variabel Persepsi Manfaat

Variabel persepsi manfaat terdiri atas beberapa indikator yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Jawaban Variabel Persepsi Manfaat

Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Rata-rata
Dengan penggunaan <i>Fintech</i> saya dapat menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat	0	2	8	60	26	4,15
Dengan penggunaan <i>Fintech</i> dapat meningkatkan efektivitas pada kegiatan pembayaran saya	2	13	15	47	19	3,71
Saya sangat mudah beradaptasi dengan teknologi <i>Fintech</i>	2	10	15	45	23	3,77
Penggunaan <i>Fintech</i> dapat meningkatkan produktivitas saya	2	18	20	34	22	3,58
Penggunaan <i>Fintech</i> Dapat mempermudah memenuhi kebutuhan saya	7	4	25	36	24	3,69
Rata-Rata						3,78

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel persepsi manfaat adalah 3,78 (dibulatkan menjadi 4). Artinya rata-rata jawaban pada variabel ini terhadap pernyataan yang diberikan adalah setuju.

4.3.3 Variabel Kepercayaan

Variabel kepercayaan terdiri atas beberapa indikator yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Jawaban Variabel Kepercayaan

Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Rata-rata
Saya akan menggunakan <i>Fintech</i> ini sebagai alat pembayaran selanjutnya	4	11	15	43	23	3,73
Saya merasa puas menggunakan <i>Fintech</i> sebagai alat pembayaran	1	12	21	40	22	3,73
Saya merasa yakin saat menggunakan <i>Fintech</i>	5	5	22	40	24	3,76
Saya percaya bahwa <i>Fintech</i> dapat mendatangkan manfaat kepada saya	5	8	12	47	24	3,80
Saya percaya <i>Fintech</i> memiliki system keamanan yang baik	2	9	25	39	21	3,71
Rata-Rata						3,75

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel kepercayaan adalah 3,75 (dibulatkan menjadi 4). Artinya rata-rata jawaban pada variabel ini terhadap pernyataan yang diberikan adalah setuju.

4.3.4 Variabel Minat Bertransaksi

Variabel minat bertransaksi terdiri atas beberapa indikator yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Karakteristik Jawaban Variabel Minat Bertransaksi

Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Rata-rata
Saya akan mencoba menggunakan <i>Fintech</i> sebagai alat pembayaran saat melakukan transaksi	3	7	19	49	18	3,75
Saya tidak berkeberatan untuk menggunakan <i>Fintech</i> sebagai alat pembayaran	2	8	14	49	23	3,86
Saya akan menggunakan <i>Fintech</i> dalam jangka waktu yang Panjang	2	7	15	49	23	3,88
Saya akan menggunakan <i>Fintech</i> agar pembayaran yang saya lakukan menjadi lebih efisien	5	14	14	43	20	3,61
Saya akan menggunakan <i>Fintech</i> karena percaya dengan keamanan transaksinya	5	13	22	39	17	3,52
Rata-Rata						3,73

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel minat bertransaksi adalah 3,73 (dibulatkan menjadi 4). Artinya rata-rata jawaban pada variabel ini terhadap pernyataan yang diberikan adalah setuju.

4.4 Hasil Penelitian

4.4.1 Statistik Deskriptif

Uji analisis statistik deskriptif ini sangat diperlukan dalam sebuah penelitian karena tujuan dan fungsi dari uji analisis statistik deskriptif adalah untuk memberikan gambaran dan ukuran terhadap data dalam bentuk numerik yang berlaku secara umum dan akan

digunakan sebagai data penelitian. Adapun hasil uji analisis statistik deskriptif tersebut akan ditampilkan pada Tabel 4.7 adalah sebagai berikut.

Tabel 4.7
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kemudahan	96	11	25	19.74	2.910
Persepsi Manfaat	96	12	25	18.91	3.058
Kepercayaan	96	11	25	18.73	3.585
Minat Bertransaksi	96	11	25	18.63	3.660

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat disimpulkan variabel dependen yaitu minat bertransaksi menunjukkan nilai rata-rata sebesar 18,63 dari total jawaban responden, dengan tanggapan paling minimumnya yaitu 11 yang berarti bahwa pada masing-masing pernyataan yang diberikan adalah 2 (tidak setuju) dan jawaban paling maksimumnya adalah 25 yang berarti bahwa pada masing-masing pernyataan yang diberikan adalah 5 (sangat setuju). Standar deviasi variabel minat menabung adalah 3,660.

Variabel independen yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan. Adapun nilai rata-rata variabel persepsi kemudahan sebesar 19,74 dari total jawaban responden, dengan tanggapan paling minimumnya yaitu 11 yang berarti bahwa pada masing-masing pernyataan yang diberikan adalah 2 (tidak setuju) dan jawaban paling maksimumnya adalah 25 yang berarti bahwa pada masing-masing pernyataan yang diberikan adalah 5 (sangat setuju). Standar deviasi variabel minat menabung adalah 2,910.

Nilai rata-rata variabel persepsi manfaat sebesar 18,91 dari total jawaban responden, dengan tanggapan paling minimumnya yaitu 12 yang berarti bahwa pada masing-masing pernyataan yang diberikan adalah 2 (tidak setuju) dan jawaban paling maksimumnya adalah 25 yang berarti bahwa pada masing-masing pernyataan yang diberikan adalah 5 (sangat setuju). Standar deviasi variabel minat menabung adalah 3,058.

Nilai rata-rata variabel kepercayaan sebesar 18,73 dari total jawaban responden, dengan tanggapan paling minimumnya yaitu 11 yang berarti bahwa pada masing-masing pernyataan yang diberikan adalah 2 (tidak setuju) dan jawaban paling maksimumnya adalah 25 yang berarti bahwa pada masing-masing pernyataan yang diberikan adalah 5 (sangat setuju). Standar deviasi variabel minat menabung adalah 3,585.

4.4.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini uji validitas dapat dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, jumlah sample (n) dalam penelitian ini yaitu 96, maka $df = 96 - 2 = 94$ dengan alpha 5% sehingga didapat $r_{tabel} = 0,198$. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	K1	0,647	0,198	Valid
	K2	0,617		Valid
	K3	0,674		Valid
	K4	0,696		Valid
	K5	0,695		Valid
Persepsi Manfaat (X2)	M1	0,256		Valid
	M2	0,629		Valid
	M3	0,720		Valid
	M4	0,759		Valid
	M5	0,623		Valid
Kepercayaan (X3)	P1	0,744		Valid
	P2	0,757		Valid
	P3	0,637		Valid
	P4	0,731		Valid
	P5	0,587		Valid
Minat Bertransaksi (Y)	M1	0,704	Valid	
	M2	0,711	Valid	
	M3	0,724	Valid	
	M4	0,743	Valid	
	M5	0,735	Valid	

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat dijelaskan bahwa masing-masing item pertanyaan semua variabel memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

4.4.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten yang akan dilakukan secara statistik. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka kuesioner dapat dikatakan reliabel sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka kuesioner dalam penelitian ini tidak reliabel.

Berikut hasil uji reliabilitas sebagaimana yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut of Value	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	0,674	0,60	Reliabel
Persepsi Manfaat (X2)	0,688	0,60	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0,727	0,60	Reliabel
Minat Bertransaksi (Y)	0,770	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat disimpulkan seluruh nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel melebihi nilai Alpha, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan/pertanyaan dalam instrumen yang digunakan dapat dinyatakan reliabel.

4.4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.4.1 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat diketahui dengan cara uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.73601914
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.058
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

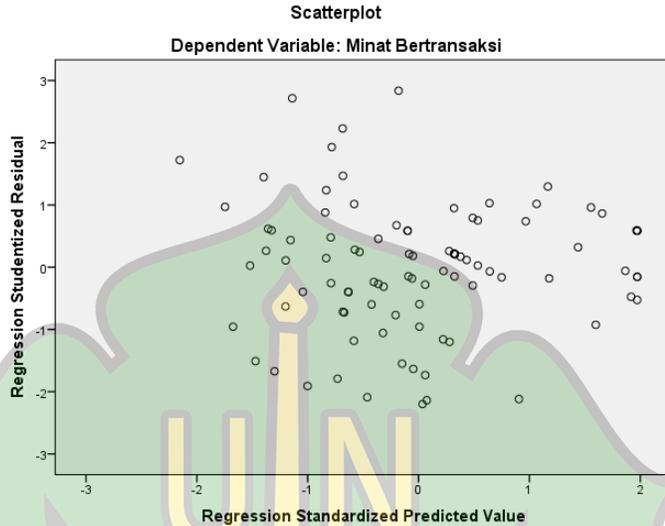
Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai signifikan K-S sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

4.4.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk melihat apakah terdapat kesamaan variabel dari pengamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya. Berikut Gambar 4.1 adalah pengujian heteroskedastisitas.

Gambar 4.1
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat disimpulkan bahwa model terbebas dari asumsi heteroskedastisitas karena sebaran titik-titik dalam plot tidak menunjukkan adanya suatu pola tertentu.

4.4.4.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor (VIF)*. Adapun hasil dari pengujian data tersebut ialah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Kemudahan	.630	1.588
	Persepsi Manfaat	.507	1.974
	Kepercayaan	.534	1.871

Sumber: Data diolah, 2023.

Hasil uji pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel persepsi kemudahan adalah sebesar 0,630, variabel persepsi manfaat adalah sebesar 0,507, dan variabel kepercayaan adalah sebesar 0,534. Seluruh nilai *tolerance* $> 0,10$. Kemudian nilai VIF pada variabel persepsi kemudahan adalah sebesar 1,588, variabel persepsi manfaat adalah sebesar 1,974, dan variabel kepercayaan adalah sebesar 1,871. Seluruh nilai VIF < 10 . Maka dapat dinyatakan bahwa model regresi diantara variabel independen tidak terjadi multikolonieritas, dengan kata lain model regresi linear berganda terbebas dari multikolonieritas dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.4.5 Analisis Linear Berganda

Uji regresi linear berganda ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda.

Tabel 4.12
Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1.382	2.121	
	Persepsi Kemudahan	.261	.124	.208
	Persepsi Manfaat	.507	.131	.424
	Kepercayaan	.134	.109	.131

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.12 maka persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

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

$$Y = 1,382 + 0,261 X_1 + 0,507 X_2 + 0,134 X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas, maka penjelasan mengenai hubungan antar variabel dependen dan variabel independen adalah sebagai berikut.

1. Nilai konstanta sebesar 1,382 yang berarti apabila variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan bernilai 0 maka variabel minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh akan bernilai 1,382.
2. Koefisien persepsi kemudahan sebesar 0,261 yang berarti jika variabel persepsi kemudahan naik sebesar 1 satuan, maka minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh akan mengalami peningkatan sebesar 0,261.

3. Koefisien persepsi manfaat sebesar 0,507 yang berarti jika variabel persepsi manfaat naik sebesar 1 satuan, maka minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh akan mengalami peningkatan sebesar 0,507.
4. Koefisien kepercayaan sebesar 0,134 yang berarti jika variabel kepercayaan naik sebesar 1 satuan, maka minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh akan mengalami peningkatan sebesar 0,134.

4.4.6 Uji Hipotesis (Uji-t)

Uji parsial (Uji-t) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (individu). Adapun pengujian secara parsial dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dan nilai sig. dengan nilai alpha yakni 0,05. Dikatakan berpengaruh signifikan jika nilai $t_{hitung} >$ dari nilai t_{tabel} dan nilai sig. $<$ 0,05. Adapun t_{tabel} dalam penelitian ini dengan nilai $df = n - k$, jumlah sampel (n) dalam penelitian ini yaitu 96, dan nilai k (jumlah variabel) yaitu 4 variabel, maka $df = 96 - 4 = 92$, dan taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) didapati nilai t_{tabel} sebesar 1,985 Adapun hasil pengujian tersebut ialah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji-t

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	.651	.516
	Persepsi Kemudahan	2.114	.037
	Persepsi Manfaat	3.868	.000
	Kepercayaan	1.229	.222
a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi			

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan ketentuan yang telah dijelaskan, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel persepsi kemudahan mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,114 dan nilai signifikan sebesar 0,037. Berdasarkan ketentuan tersebut dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,114 > 1,985$) dan tingkat signifikan sebesar $0,037 < 0,05$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Artinya terdapat pengaruh persepsi kemudahan secara parsial dan signifikan terhadap minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Variabel persepsi manfaat mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 3,868 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan ketentuan tersebut dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,868 > 1,985$) dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Artinya terdapat pengaruh persepsi manfaat secara parsial dan signifikan terhadap minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Variabel kepercayaan mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 1,229 dan nilai signifikan sebesar 0,222. Berdasarkan ketentuan tersebut dapat diketahui bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,229 < 1,985$) dan tingkat signifikan sebesar $0,222 > 0,05$ maka H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

4.4.7 Uji Simultan (Uji-F)

Uji Simultan (Uji-f) bertujuan untuk melihat pengaruh dari setiap variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Pengujian simultan dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} dan nilai sig. dengan nilai alpha yakni 0,05. Dikatakan berpengaruh signifikan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai sig. $< 0,05$. Adapun F_{tabel} dalam penelitian ini dengan nilai $df_1 = 4$ dan $df_2 = 92$, serta taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) didapati nilai F_{tabel} sebesar 2,47. Adapun hasil pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	561.349	3	187.116	24.207	.000 ^b
	Residual	711.151	92	7.730		
	Total	1272.500	95			
a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat						

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari hasil uji simultan (Uji-F) pada Tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai F sebesar 24,207 dengan nilai sig. 0,000. Berdasarkan ketentuan tersebut dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,207 > 2,47$) dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan secara simultan dan signifikan terhadap minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

4.4.8 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Adapun hasil dari pengujian R^2 (*R-Square*) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 ^a	.441	.423	2.780
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat				
b. Dependent Variable: Minat Bertransaksi				

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari Tabel 4.15 tersebut dapat disimpulkan bahwa angka R Square (R^2) sebesar 0,441, artinya bahwa 44,1% variabel dependen minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh mampu dijelaskan oleh variabel independen, yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan. Sedangkan sisanya sebesar 55,9% lagi dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variabel minat bertransaksi *Fintech*.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Bertransaksi *Fintech* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan secara parsial dan signifikan terhadap minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Banda Aceh. Pengaruh yang didapat adalah pengaruh positif sebesar 0,261 atau setara dengan 26,1% yang berarti jika variabel persepsi kemudahan naik sebesar 1%, maka minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh akan mengalami peningkatan sebesar 26,1%.

Persepsi seseorang tentang kemudahan penggunaan sistem teknologi informasi adalah harapan mereka bahwa kemudahannya tidak akan menantang atau memakan waktu. Artinya, kemudahan yang dirasakan oleh setiap pengguna berdampak signifikan terhadap keinginan mereka untuk terus menggunakannya tanpa batas waktu. Kemudahan dalam sistem pembayaran saat ini banyak dirasakan oleh generasi milenial. Banyak muncul sistem pembayaran dengan kemajuan teknologi yang dikenal dengan *financial technology*. Mahasiswa dan generasi milenial dapat merasakan kemudahan dari *fintech* karena dengan menggunakan berbagai platform *fintech* sebagai alat pembayaran maka mereka dapat melakukan transaksi lebih mudah dan cepat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian Inayah (2020), persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi minat masyarakat dalam memanfaatkan *Fintech*. Selanjutnya Ningsih, Sasmita, dan Sari (2021) menemukan bahwa variabel *perceived ease of use* mempengaruhi keputusan mahasiswa UPI Y.A.I Jakarta untuk menggunakan *Fintech*. Akibatnya, semakin besar

kenyamanan yang dirasakan, semakin besar minat untuk bertransaksi melalui *Fintech*.

Dalam perspektif ekonomi Islam, sebagai makhluk madani, manusia senantiasa memerlukan keterlibatan dan peran aktif orang lain. Sebagai makhluk madani, manusia senantiasa memerlukan keterlibatan dan peran aktif orang lain dalam rangka menyempurnakan kelemahan-kelemahan yang bersifat built in dalam dirinya. Islam telah menghendaki kemudahan dan tidak memberikan kesusahan kepada umatnya, justru Islam selalu menghendaki kemudahan bagi seluruh pemeluknya. Posisi *Financial Technology* ini dimaksudkan untuk memudahkan manusia dalam melakukan kegiatan keuangan. Maka dari itu, *Financial Technology* dapat diterapkan dalam ekonomi Islam. Bahkan DSN-MUI pun telah mengeluarkan fatwa mengenai uang elektronik syariah dan fatwa tentang layanan pembiayaan berbasis teknologi untuk mendukung transaksi *Financial Technology* ini berdasarkan dari prinsip-prinsip ekonomi Islam, agar terhindar dari gharar, riba dan sebagainya yang dapat menimbulkan kemudharatan.

4.5.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Bertransaksi *Fintech* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi manfaat secara parsial dan signifikan

terhadap minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Pengaruh yang di dapat adalah pengaruh positif sebesar 0,507 atau setara dengan 50,7% yang berarti jika variabel persepsi manfaat naik sebesar 1%, maka minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh akan mengalami peningkatan sebesar 50,7%.

Menurut Priambodo (2016), *perceived usefulness* adalah sejauh mana klien (pengguna) percaya bahwa memanfaatkan teknologi dan prosedur akan meningkatkan produktivitas. Selain itu, tingkat utilitas yang dirasakan akan menarik minat jangka panjang pengguna. Persepsi kebermanfaatan didefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Penilaian positif terhadap faktor persepsi kebermanfaatan dianggap akan menggerakkan minat pengguna dalam menggunakan teknologi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Saripah, dkk (2016) dalam penelitiannya menemukan, bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filling*. Hasil serupa juga didapatkan dalam penelitian milik Wibowo dkk (2015) yang menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*.

Dalam perspektif ekonomi islam dikenal istilah masalah. Masalah berarti manfaat atau terlepas dari padanya kerusakan.

Yang artinya dalam melakukan transaksi ekonomi Semuanya mengandung arti adanya manfaat, baik secara asal ataupun melalui suatu proses, seperti menghasilkan kenikmatan dan faedah, ataupun pencegahan dan penjagaan, seperti menjauhi kemadharatan dan penyakit.

4.5.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi *Fintech* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh kepercayaan secara parsial dan signifikan terhadap minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Artinya jika kepercayaan mahasiswa tinggi maupun rendah tidak mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan *Fintech*.

Tidak berpengaruhnya kepercayaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *Fintech* adalah pengguna *fintech* seringkali memiliki kekhawatiran terkait keamanan data dan transaksi keuangan mereka. Meskipun platform *fintech* telah mengambil langkah-langkah untuk melindungi informasi pribadi dan keuangan pengguna, beberapa orang masih merasa was-was terhadap risiko keamanan yang mungkin terkait dengan menggunakan teknologi baru tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti dan Erawati (2021) yang menyatakan

bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech*.

Dalam perspektif ekonomi islam mengklasifikasikan sebuah praktek muamalah itu boleh atau tidak boleh sangat ditentukan oleh kedalaman pemahaman dan pengetahuan seseorang (yang diamanahi tugas mengeluarkan fatwa/berijtihad) terhadap dalil-dalil pelarangan bermuamalah. Ketika pengetahuan dan pemahamannya tidak begitu luas dan dalam, maka boleh jadi seseorang akan *overlook* dalam mengambil kesimpulan atas sebuah masalah. Oleh sebab itu, kepercayaan, sikap kehati-hatian, meluaskan sudut pandang, melibatkan banyak perspektif sepatutnya menjadi upaya mitigasi dalam rangka mendapatkan hasil ijtihad yang maksimal, hasil yang sejalan dengan semangat ekonomi Islam, hasil yang penuh berkah dan kebaikan-kebaikan. Dan terlepas dari itu semua, ijtihad dalam *Financial Technology* ini untuk mencapai keuangan yang berbasis syariah juga sangat dipengaruhi oleh tingkat interaksi, sensitifitas social, tingkat kesadaran dan pengetahuan para pihak-pihak dalam sebuah komunitas ekonomi, seperti otoritas fatwa, otoritas industry, akademisi dan masyarakat itu sendiri.

4.5.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Secara Simultan Terhadap Minat Bertransaksi *Fintech* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan secara simultan dan signifikan terhadap minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Jika dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan dari hasil uji penelitian ini sebesar 44,1% maka tidak heran kalau ketiga faktor yang di ajukan dalam penelitian ini secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan dan menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Sedangkan sisanya sebesar 55,9% lagi dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variabel minat bertransaksi *Fintech*.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andryanto (2016), Ramadhan, Prasetyo, dan Lala (2016), Nurmalasari (2018), Khafiyah (2019) yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat bertransaksi *Fintech* adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan, diantaranya sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh persepsi kemudahan secara parsial dan signifikan terhadap minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Terdapat pengaruh persepsi manfaat secara parsial dan signifikan terhadap minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Tidak terdapat pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Terdapat pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan secara simultan dan signifikan terhadap minat bertransaksi *Fintech* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan bahwasanya persepsi kemudahan dan persepsi manfaat merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh bertransaksi *Fintech* (*Financial Technology*) dan pandangannya dalam ekonomi syariah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat memperluas objek penelitian pada lapisan masyarakat lainnya dengan mempertimbangkan variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat sebagai pengukur minat bertransaksi *Fintech*. Selain juga juga dapat menambah variabel lainnya yang dianggap memiliki pengaruh terhadap minat bertransaksi *Fintech*.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan dan memberikan inovasi di setiap produknya untuk menarik lebih banyak lagi orang yang menggunakan *financial technology* terutama pada mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking*, Vol. 6, No. 6, 113-128
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalam Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com. *Diponegoro Journal of Management*, Vol.5, No.2, 1-15
- Amsyal, R., Fitri, C. D., & Farma, J. (2020). Pengelolaan Alokasi Dana Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Permukiman Mesjid Trienggadeng Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya). *Jurnal Ekobis Syariah*, Vol 4, No 1
- Andryanto, Reza. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (1999). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaira, C. N., Furqani, H., & Amanatillah, D. (2019). Konsep Mata Uang Dalam Ekonomi Islam (Analisis Bitcoin Sebagai Mata Uang Virtual). *Jurnal Ekobis Syariah*, Vol 3, No 2

- Davis, F. D. (1986). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End User Information System: Theory and Results. *Dissertation. Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.*
- Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 116/DSN-MUI/II/2018 *Tentang Uang Elektronik Syariah.*
- Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 117/DSN-MUI/II/2018 *Tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Berdasarkan Prinsip Syariah.*
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Iqbal. (2001). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferentif).* Edisi kedua. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- <https://tafsirq.com/16-an-nahl/ayat-116>, akses 2 November 2021
- Jogiyanto, Hartono. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan.* Yogyakarta: CV. ANDI Offset.
- Lee dan Shin. (2017). *Business Models for Technology-Intensive Supply Chains.* Taiwan: Business Model for TISC.
- Ledesman, M. (2018). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Melakukan Transaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya) Lampung. *Skripsi UIN Raden Intan.*
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan.* Jakarta: Rineka Cipta.

- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment trust theory of relationship marketing. *Jurnal of marketing*, Vol. 58, 20-38
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 *Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.*
- Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 *Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial.*
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 *Tentang Layanan PinjamMeminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi.*
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 13/POJK.02/2018 *Tentang Inovasi Keuangan Digital Di Sektor Jasa Keuangan.*
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017). Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan Tcash di Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 26, No. 1, 76-88
- Pribandiono, Agung. (2016). *Transportasi Online VS Transportasi Tradisional Non-Online Persaingan Tidak Sehat Aspek Pemanfaatan Aplikasi Oleh Penyelenggara Online*. Jakarta: Lex Jurnalica
- Rakhmawati, S., & Isharijadi. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, Vol.2 No. 2, 71-84

- Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Saputro, B. D., & Sukirno. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Nominal*, Vol. 2, No.1, 36-63
- Saripah, Putri, A. A., & Darwin, R. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Resiko, dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan E-Filling Bagi Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Pekanbaru Tampan Tahun 2015. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol. 6 No. 2, 134-149
- Sofar Silaen. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: IN MEDIA.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Tindakan Kelas*. Yogyakarta: Bumi Aksara.

- Sukma, N., Sari, N., & Dianah, A. (2022). Pengaruh Persepsi Return Dan Persepsi Risiko Pada Keputusan Berinvestasi Di Saham Syariah (Studi Pada Galeri Investasi Syariah Febi Uin Ar-Raniry Banda Aceh). *Jurnal Ekobis Syariah*, Vol 6, No 2
- Surat Edaran Bank Indonesia No.18/22/DKSP. *Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital*.
- Tjini, S. S., & Baridwan, Z. (2012). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking*. Jurnal Universitas Brawijaya.
- Verhagen, T., & Dolen, W. V. (2007). Explaining Online Purchase Intentions: A Multi-Channel Store Image Perspective. *Serie Research Memoranda* No. 8
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 6 No. 1, 440-456
- Wu, H. Y., Lin, C.-C., Li, O., & Lin, H. H. (2010). A Study of Bank Customers' Perceived Usefulness of Adopting Online Banking. *Global Journal of Business Research*, Vol. 4 No.3, 101-108
- Yusanto dan Yunus, (2009). *Pengantar Ekonomi Islam*. Bogor: Al-Azhar Press.
- Yusuf, Ashal dan Fadhli. (2019). *Tata Niaga Islam Berbasis Digital*. Banda Aceh: BAPPEDA Aceh.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Mahasiswa/Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah

Di Banda Aceh

Perkenalkan nama saya Muhammad Yazid, Mahasiswa UIN Ar-raniry dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah sedang melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Fintech (*Financial Technology*) Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)”. Dalam rangka pengumpulan data guna menyelesaikan penyusunan skripsi yang sedang saya kerjakan. Dimohon bantuan untuk mengisi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya.

Atas perhatian dan kesediaan saudara/saudari dalam membantu mengisi kuesioner ini dengan baik saya ucapkan terima kasih.

Karakteristik Responden

Petunjuk: Beri tanda silang (X) pada jawaban pilihan berganda yang sesuai dengan diri anda

No Responden :

(responden tidak perlu menulis nama)

Usia :

Jenis Kelamin : a. Laki-laki

b. Perempuan

Petunjuk: Baca dan pahami setiap pernyataan dan berilah tanda (√) pada kolom yang telah tersedia. Angket instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert terdiri dari 20 pertanyaan/pernyataan positif.

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju (1 point)

TS = Tidak Setuju (2 point)

N = Netral (3 point)

S = Setuju (4 point)

SS = Sangat Setuju (5 point)

Persepsi Kemudahan

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Penggunaan yang mudah dipelajari	Teknologi Fintech sangat mudah untuk dipelajari oleh saya					
2	Mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhan	Teknologi Fintech dengan mudah mengerjakan apa yang diinginkan oleh saya					
3	Interaksi yang jelas dan mudah dipahami	Saya sangat mudah beradaptasi dengan teknologi Fintech					
4		Teknologi Fintech sangat mudah untuk meningkatkan keterampilan saya					
5	Interaksi tidak membutuhkan usaha yang besar	Secara keseluruhan teknologi Fintech sangat mudah untuk dioperasikan					

Persepsi Manfaat

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1		Dengan penggunaan Fintech saya dapat menyelesaikan transaksi					

	Mengurangi waktu bertransaksi	dengan lebih cepat					
2		Dengan penggunaan Fintech dapat meningkatkan efektivitas pada kegiatan pembayaran saya					
3	Sangat bermanfaat	Saya sangat mudah beradaptasi dengan teknologi Fintech					
4	Meningkatkan produktivitas	Penggunaan Fintech dapat meningkatkan produktivitas saya					
5	Meningkatkan keefektifan dalam kehidupan sehari-hari	Penggunaan Fintech Dapat mempermudah memenuhi kebutuhan saya					

Kepercayaan

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Dapat diandalkan	Saya akan menggunakan Fintech ini sebagai alat pembayaran selanjutnya					
2		Saya merasa puas menggunakan Fintech sebagai alat pembayaran					
3	Memiliki reputasi yang baik	Saya merasa yakin saat menggunakan Fintech					
4		Saya percaya bahwa Fintech dapat mendatangkan manfaat kepada saya					
5	Memberikan keamanan dalam bertransaksi	Saya percaya Fintech memiliki system keamanan yang baik					

Minat Bertransaksi

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Kemudahan	Saya akan mencoba menggunakan Fintech sebagai alat pembayaran saat melakukan transaksi					

2	dalam pengunaan	Saya tidak berkeberatan untuk menggunakan Fintech sebagai alat pembayaran					
3	Manfaat yang didapatkan dari penggunaan teknologi tersebut	Saya akan menggunakan Fintech dalam jangka waktu yang Panjang					
4		Saya akan menggunakan Fintech agar pembayaran yang saya lakukan menjadi lebih efisien					
5	Kepercayaan terhadap satu inovasi baru dalam teknologi	Saya akan menggunakan Fintech karena percaya dengan keamanan transaksinya					

Lampiran 2 Jawaban Responden

No	Persepsi Kemudahan (X1)				
	K1	K2	K3	K4	K5
1	5	5	5	4	5
2	5	4	4	5	5
3	4	4	4	4	5
4	4	3	5	4	3
5	5	4	3	4	5
6	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4
8	4	3	5	4	3
9	4	3	5	3	4
10	5	4	4	4	5
11	5	4	5	4	4
12	5	5	5	4	5
13	4	5	3	4	4
14	5	4	5	4	5
15	4	5	4	3	4
16	5	5	5	4	5

17	5	4	5	3	4
18	5	5	5	5	5
19	4	4	5	3	4
20	5	5	4	4	4
21	3	4	5	3	4
22	4	5	4	5	4
23	4	4	5	4	4
24	4	5	4	4	4
25	5	5	5	5	5
26	3	5	4	3	5
27	4	4	5	4	4
28	5	5	4	5	5
29	4	5	4	4	4
30	3	4	4	5	3
31	4	3	5	3	5
32	5	5	5	4	5
33	5	3	4	5	3
34	5	5	5	4	5
35	4	4	4	4	4
36	5	5	5	5	5
37	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4
39	5	4	4	5	4
40	4	4	4	5	4
41	4	4	4	4	4
42	5	5	5	5	5
43	4	5	4	4	4
44	5	3	4	5	3
45	4	4	4	4	5
46	4	5	3	4	5
47	4	4	4	5	4
48	5	3	5	4	3

49	5	5	5	4	5
50	4	5	4	5	4
51	3	4	4	5	3
52	4	4	4	4	4
53	5	5	5	5	5
54	3	4	4	3	5
55	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5
58	4	4	4	4	4
59	3	5	4	5	3
60	5	5	5	5	5
61	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4
64	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5
66	3	4	4	3	4
67	5	5	5	5	5
68	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4
72	5	5	5	5	5
73	3	4	4	5	4
74	5	5	5	5	5
75	4	5	4	4	4
76	3	4	5	3	5
77	5	5	5	5	5
78	4	4	4	4	4
79	5	5	5	5	5
80	4	4	4	4	4

81	4	3	4	4	3
82	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5
84	4	4	4	4	4
85	5	5	5	5	5
86	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5
90	4	4	4	4	4
91	3	5	4	4	3
92	4	4	4	4	4
93	5	5	5	5	5
94	4	4	4	4	4
95	5	5	3	4	3
96	4	3	5	3	5

No	Persepsi Manfaat (X2)				
	M1	M2	M3	M4	M5
1	5	5	5	4	4
2	5	4	4	4	4
3	5	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5
5	4	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5
7	4	5	4	4	4
8	4	4	5	4	5
9	5	3	5	4	3
10	5	5	5	4	4
11	5	5	4	4	4
12	5	5	5	5	4

13	5	3	4	5	3
14	5	5	5	4	4
15	5	5	4	3	5
16	5	5	5	5	5
17	4	5	4	3	4
18	5	5	5	5	4
19	5	3	4	3	5
20	5	5	5	4	4
21	5	4	5	3	4
22	4	5	4	3	4
23	5	4	4	5	5
24	5	5	4	4	4
25	5	5	5	5	5
26	4	3	5	3	5
27	5	5	4	4	4
28	4	4	5	4	5
29	5	4	4	4	5
30	4	5	3	5	4
31	4	4	5	4	4
32	5	5	5	5	4
33	4	5	3	4	5
34	5	5	5	4	4
35	5	5	4	5	5
36	5	5	5	5	5
37	5	5	4	4	4
38	4	4	4	4	4
39	5	5	4	5	4
40	5	5	4	5	5
41	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5
43	5	5	4	5	5
44	4	4	3	4	4

45	5	5	4	5	5
46	3	5	5	3	4
47	4	4	4	5	4
48	5	4	3	4	3
49	5	5	5	5	4
50	4	4	5	4	5
51	5	5	3	5	3
52	4	4	4	4	4
53	5	5	5	5	5
54	4	3	5	4	3
55	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5
58	5	5	4	4	4
59	4	4	5	4	5
60	5	5	5	5	5
61	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4
64	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5
66	3	4	4	4	3
67	5	5	5	5	5
68	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4
72	5	5	5	5	5
73	3	4	4	5	3
74	5	5	5	5	5
75	5	5	4	5	4
76	4	4	3	4	5

77	5	5	5	5	5
78	5	5	4	5	5
79	5	5	5	5	5
80	4	4	4	4	4
81	4	4	5	3	5
82	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5
84	4	4	4	4	4
85	5	5	5	5	5
86	4	4	4	4	4
87	5	5	4	5	4
88	5	5	4	4	4
89	5	5	5	5	5
90	5	5	4	5	4
91	4	3	5	4	5
92	4	4	4	4	4
93	5	5	5	5	5
94	4	4	4	4	4
95	5	5	4	5	5
96	4	3	5	4	3

No	Kepercayaan (X3)				
	H1	H2	H3	H4	H5
1	4	5	4	5	4
2	4	4	4	4	5
3	5	5	4	4	3
4	3	4	4	5	4
5	4	5	5	4	4
6	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4
8	4	4	5	4	3

9	4	5	4	4	3
10	4	4	4	5	4
11	5	4	4	5	4
12	5	5	5	5	4
13	4	5	4	5	3
14	5	5	4	5	4
15	4	3	4	5	3
16	5	5	5	5	5
17	5	3	4	4	3
18	4	4	5	5	5
19	4	5	4	5	4
20	4	4	4	4	4
21	5	3	5	5	3
22	5	4	5	5	3
23	4	5	4	5	4
24	4	4	4	5	4
25	4	4	4	5	4
26	4	5	3	4	3
27	5	4	4	5	4
28	4	4	4	5	3
29	4	4	4	5	4
30	4	3	5	4	5
31	5	4	5	4	4
32	4	4	4	5	4
33	3	5	3	4	5
34	4	4	4	5	4
35	5	5	4	5	4
36	4	4	4	5	4
37	4	4	4	4	5
38	4	4	4	4	4
39	4	5	5	4	3
40	4	4	4	5	4

41	4	4	4	4	4
42	4	5	4	5	4
43	4	4	4	4	4
44	5	3	5	4	5
45	4	4	4	4	4
46	5	5	3	5	3
47	4	5	5	4	5
48	5	4	3	5	4
49	4	3	4	5	4
50	4	4	4	4	4
51	5	5	5	3	5
52	4	4	4	4	4
53	4	4	4	5	4
54	5	5	5	3	5
55	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5
58	4	4	4	5	4
59	3	4	4	3	5
60	5	5	5	5	5
61	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4
64	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5
66	4	5	3	4	4
67	4	4	4	5	4
68	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4
72	5	5	5	5	5

73	4	4	3	4	4
74	5	5	5	5	5
75	4	4	4	5	4
76	5	3	5	4	3
77	4	4	4	5	4
78	4	4	4	5	4
79	5	5	5	5	5
80	4	4	4	4	4
81	3	5	4	4	3
82	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5
84	4	4	4	4	4
85	5	5	5	5	5
86	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4
88	4	4	4	5	4
89	5	5	5	5	5
90	4	4	4	5	4
91	5	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4
93	5	5	3	5	5
94	4	4	4	4	4
95	3	4	5	3	4
96	5	5	3	5	5

No	Minat Bertransaksi Fintech (Y)				
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
1	5	5	4	5	4
2	5	4	4	5	5
3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4

5	5	5	4	4	4
6	5	5	5	5	5
7	4	4	4	5	4
8	4	4	5	4	4
9	5	4	5	3	4
10	4	4	4	5	4
11	4	4	4	5	5
12	5	5	3	5	4
13	4	5	3	5	4
14	5	5	4	5	4
15	4	5	3	4	4
16	5	5	4	5	5
17	5	5	3	4	4
18	5	5	5	5	5
19	5	4	3	5	4
20	4	4	3	4	4
21	4	4	5	4	4
22	4	4	3	5	3
23	4	5	5	4	4
24	4	4	3	4	4
25	5	5	4	5	4
26	5	4	3	5	4
27	4	5	5	4	5
28	4	4	3	4	4
29	4	5	4	4	4
30	3	4	5	3	5
31	5	3	4	4	4
32	4	4	3	4	4
33	5	3	5	5	3
34	5	5	5	5	5
35	5	5	4	5	4
36	4	4	3	4	4

37	4	4	4	5	4
38	4	4	3	4	4
39	4	4	4	5	4
40	4	5	3	4	4
41	5	4	3	4	4
42	4	4	4	4	4
43	4	4	4	5	4
44	3	5	3	4	5
45	4	4	5	4	4
46	5	4	4	5	3
47	4	5	3	4	4
48	5	3	5	5	5
49	4	4	3	4	4
50	4	4	5	4	4
51	5	4	3	5	5
52	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4
54	5	3	5	5	3
55	4	4	3	4	4
56	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5
58	4	4	4	4	4
59	4	4	5	4	5
60	5	5	4	5	5
61	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4
64	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5
66	3	5	3	4	3
67	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4

69	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4
72	5	5	5	5	5
73	3	4	4	3	4
74	5	5	5	5	5
75	4	4	3	4	4
76	5	5	4	4	3
77	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4
79	5	5	5	5	5
80	4	4	4	4	4
81	5	4	3	4	3
82	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5
84	4	4	4	4	4
85	5	5	5	5	5
86	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4
88	4	4	3	4	4
89	5	5	5	5	5
90	4	4	5	5	4
91	5	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4
93	4	4	5	5	4
94	4	4	4	4	4
95	5	5	3	4	5
96	4	3	5	5	3

Lampiran 3 Output SPSS

1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	K1	0,647	0,198	Valid
	K2	0,617		Valid
	K3	0,674		Valid
	K4	0,696		Valid
	K5	0,695		Valid
Persepsi Manfaat (X2)	M1	0,256		Valid
	M2	0,629		Valid
	M3	0,720		Valid
	M4	0,759		Valid
	M5	0,623		Valid
Kepercayaan (X3)	P1	0,744		Valid
	P2	0,757		Valid
	P3	0,637		Valid
	P4	0,731		Valid
	P5	0,587		Valid
Minat Bertransaksi (Y)	M1	0,704		Valid
	M2	0,711		Valid
	M3	0,724		Valid
	M4	0,743		Valid
	M5	0,735		Valid

2. Hasil Uji Reliabilitas

Kemudahan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.674	5

Manfaat (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.688	5

Kepercayaan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.727	5

Minat Bertransaksi (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.770	5

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.73601914
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.058
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

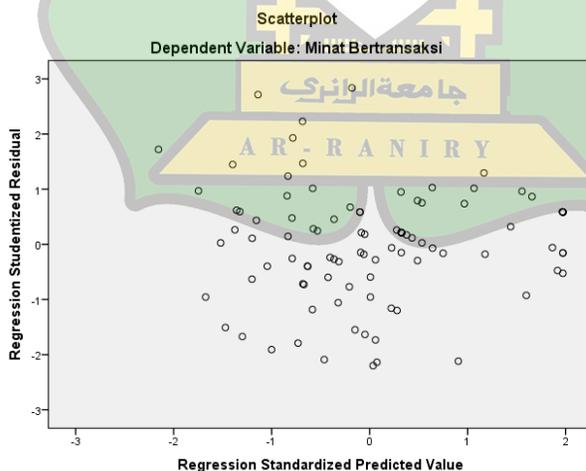
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Heterokedastisitas



Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.382	2.121		.651	.516		
Persepsi Kemudahan	.261	.124	.208	2.114	.037	.630	1.588
Persepsi Manfaat	.507	.131	.424	3.868	.000	.507	1.974
Kepercayaan	.134	.109	.131	1.229	.222	.534	1.871

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

4. Hasil Uji Hipotesis

Uji-t (Parsial)

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	.651	.516
	Persepsi Kemudahan	2.114	.037
	Persepsi Manfaat	3.868	.000
	Kepercayaan	1.229	.222

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

Uji-f (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	561.349	3	187.116	24.207	.000 ^b
Residual	711.151	92	7.730		
Total	1272.500	95			

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat

5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1.382	2.121	
	Persepsi Kemudahan	.261	.124	.208
	Persepsi Manfaat	.507	.131	.424
	Kepercayaan	.134	.109	.131

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 ^a	.441	.423	2.780

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat

b. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

