

DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN *FINTECH***Muhammad Ikhsan Fifaldyovan, Supriyanta**

Akademi Pelayaran Nasional Surakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh kemudahan, manfaat, fitur layanan, dan risiko terhadap minat menggunakan *fintech*. Sampel sebanyak 110 orang pemilik UKM di Surakarta yang menggunakan *fintech*, yang diperoleh secara *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian kemudahan, manfaat, fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech*; sementara risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *fintech*.

Kata kunci: *kemudahan, manfaat, fitur layanan, risiko, minat, fintech*

PENDAHULUAN

Perkembangan *fintech* di Indonesia seiring dengan semakin banyaknya jumlah perusahaan *fintech*, dimana hingga saat ini (tahun 2021) jumlah perusahaan *fintech* yang menjadi anggota AFTECH atau Asosiasi Penyelenggara Inovasi Keuangan Digital yang ditunjuk resmi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berdasarkan PJOK No.13/2018 sebanyak 359 perusahaan (*Fintech Indonesia, 2021*). Meningkatnya jumlah perusahaan *fintech* tersebut seiring dengan meningkatnya jumlah konsumen digital. Studi *Facebook* dan *Baik & Company* mengungkapkan bahwa jumlah konsumen digital di Indonesia diperkirakan naik dari 119 juta pada tahun 2019 menjadi 137 juta pada tahun 2020. Bank Indonesia juga memperkirakan bahwa transaksi uang elektronik naik 32,3% dari Rp. 201 triliun di tahun 2020 menjadi Rp. 266 triliun pada tahun 2021 (*Setyowati, 2021*).

Hasil survey ShopBack terhadap 2.025 responden pada 8-10 Maret 2021 yang merupakan pengguna *e-commerce* berusia 18-55 tahun di Indonesia mengungkapkan bahwa 65% responden menggunakan dompet digital (*e-wallet*) untuk melakukan pembayaran ketika belanja *online*.

Hasil survey DailySocial pada tahun 2020 mengungkapkan bahwa 87% responden menggunakan GoPay, yang berarti GoPay menjadi dompet digital yang paling populer di Indonesia. Urutan selanjutnya OVO (80,4%),

Dana (75,6%), ShopeePay (53,2%), LinkAja (47,5%), Jenius (14,2%), iSaku (10,7%), DOKU (7,5%), Paytren (6,6%), Sakuku (5,9%), Uangku (4,6%), dan lain-lain (0,7%).

Fintech semakin populer dan menjadi alternatif masyarakat, apalagi pada masa pandemi Covid-19, khususnya pelaku UKM. Bank Indonesia (2018) mengungkapkan bahwa perkembangan *fintech* terbukti membawa manfaat bagi konsumen, pelaku usaha maupun perekonomian nasional. Manfaat bagi konsumen adalah mendapatkan layanan yang lebih baik, pilihan yang lebih banyak dan harga yang lebih murah; bagi pelaku usaha (pedagang produk atau jasa) adalah menyederhanakan rantai transaksi, menekan biaya operasional dan biaya modal, serta membekukan alur informasi; dan bagi negara adalah mendorong transmisi kebijakan ekonomi, meningkatkan kecepatan perputaran uang sehingga meningkatkan ekonomi masyarakat, dan mendorong strategi nasional keuangan inklusi (SKNI).

Fintech memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan UKM. *Fintech* memberikan kemudahan dan efisiensi bagi pelaku UMKM dalam hal pengelolaan keuangan berbasis teknologi, seperti digitalisasi laporan keuangan, teknologi pembayaran dan pinjaman berbasis *online*. *Fintech* juga meningkatkan akses kepada pelanggan baru melalui perluasan pasar terhadap masyarakat yang *unbankable* dengan layanan transaksi keuangan digital yang praktis dan mudah (Fajar & Larasati, 2021).

Vol. 4, No. 2, Oktober 2021. Hal. 11-17

Hasil riset *Center of Reform on Economics* (CORE) Indonesia di awal tahun 2021 terhadap 2.001 pelaku UMKM dalam platform OVO di 12 kota dari 8 provinsi di Indonesia mengungkapkan bahwa 73% UMKM telah terbiasa menggunakan uang elektronik untuk bertransaksi elektronik. Sebanyak 70% UMKM mengalami peningkatan transaksi harian, dengan rata-rata kenaikan 30%. Sebanyak 68% UMKM mengaku mengalami kenaikan nilai transaksi yang berdampak terhadap pendapatan bulanan dengan rata-rata sebesar 27%. Pada masa pandemi Covid-19, sebanyak 5% UMKM mengalami peningkatan pendapatan, 10% berhasil mempertahankan pendapatan, dan 85% UMKM merasa terbantu oleh ekosistem digital, baik untuk kinerja bisnis maupun literasi keuangan. Hasil riset ini memperlihatkan bahwa transaksi elektronik terbukti menjadi salah satu senjata UMKM dalam berekspansi bisnis (Rahardyan, 2021).

Kenaikan jumlah *fintech* dari tahun ke tahun hingga 2021 banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kemudahan, manfaat, fitur layanan, risiko dan kepercayaan. Kemudahan adalah keyakinan individu bahwa penggunaan *fintech* dapat dipahami dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang berat (Davis *et al.*, 1989 dan Abrilia & Sudarwanto, 2020). Semakin bagus persepsi pemilik UKM mengenai kemudahan dalam menggunakan *fintech*, maka pemilik UKM semakin terdorong untuk menggunakan *fintech*. Hal ini didukung oleh temuan Nurdin dkk (2020) dan Yanto dkk (2020) mengungkapkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech*. Sementara temuan Setiawan dkk (2020) dan Marisa (2020) mengungkapkan yang berbeda, bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech*.

Manfaat mengacu pada keyakinan individu bahwa penggunaan *fintech* akan meningkatkan kinerja usahanya (Davis *et al.*, 1989 dan Yahyapour, 2008). Semakin bagus persepsi pemilik UKM mengenai manfaat yang akan diperoleh bila menggunakan *fintech*, maka pemilik UKM semakin terdorong untuk menggunakan *fintech*. Hal ini didukung oleh temuan Yanto dkk (2020), Prasetya & Putra (2020) mengungkapkan bahwa manfaat berpengaruh positif terhadap minat

menggunakan *fintech*. Sementara Fernos & Alfadino (2021) mengungkapkan hasil yang berbeda, bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech*.

KAJIAN TEORI

Fitur layanan adalah karakteristik tambahan yang dirancang untuk menambah ketertarikan konsumen terhadap produk atau menyempurnakan fungsi produk atau jasa (Abrilia & Sudarwanto, 2020 dan Rithmaya, 2016). Semakin lengkap fitur yang ditawarkan maka semakin unggul produk yang dimiliki dibandingkan dengan produk atau jasa pesaing sehingga pemilik UKM semakin berminat untuk menggunakan *fintech*. Hal ini didukung oleh temuan Abrilia & Sudarwanto (2020) dan Syafitri (2020) bahwa fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech*. Sementara Umaningsih & Wardani (2020) mengungkapkan hasil yang berbeda, bahwa fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech*.

Risiko adalah penilaian subjektif bahwa ada kemungkinan dapat terjadi kecelakaan/ insiden dari penggunaan *fintech* sehingga menimbulkan suatu tingkat kekhawatiran tertentu terkait konsekuensi atau dampak yang dapat terjadi dari kecelakaan/ insiden yang dipersepsikannya tersebut (Jayantari & Seminari, 2018). Semakin rendah risiko penggunaan *fintech*, seperti risiko keuangan, kebocoran data dan informasi pribadi, gangguan transaksi, maka semakin tinggi keinginan pemilik UMKM untuk menggunakan *fintech*. Hal ini didukung oleh temuan Nurdin dkk (2020), Marisa (2020), Prasetya & Putra (2020) mengungkapkan bahwa risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *fintech*. Sementara Setiawan dkk (2020), Yogananda & Dirgantara (2017) mengungkapkan hasil yang berbeda, bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech*.

Hubungan Logis antar Variabel dan Perumusan Hipotesis Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Menggunakan *Fintech*

Kemudahan mengacu pada keyakinan individu bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha yang berat (Davis, *et al.*, 1989). Semakin bagus persepsi pemilik UKM

Vol. 4, No. 2, Oktober 2021. Hal. 11-17

bahwa *fintech* mudah dipelajari, dapat digunakan secara fleksibel, dapat dikontrol, serta jelas dan mudah dimengerti maka penggunaan *fintech* dianggap dapat memberikan kemudahan dalam transaksi, keuntungan tambahan, rasa aman dan meningkatkan efisiensi, sehingga mendorong pemilik UKM untuk menggunakan *fintech* baik saat ada kesempatan atau di masa yang akan datang.

Menurut teori TAM, salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *fintech* adalah persepsi kemudahan. Penggunaan *fintech* akan mempengaruhi mental individu mengenai mengerjakan usahanya sehari-hari. Oleh karenanya, penggunaan *fintech* yang dipersepsikan baik, seperti mudah digunakan tanpa usaha yang berat akan membentuk mental yang bagus mengenai peran penggunaan *fintech* dalam pekerjaannya. Kondisi inilah yang menyebabkan individu berminat untuk menggunakan *fintech* dalam melaksanakan usahanya.

Nurdin dkk (2020), Yanto dkk (2020), Yogananda & Dirgantara (2017) mengungkapkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech*. Semakin tinggi kemudahan maka semakin tinggi minat menggunakan *fintech*, dan sebaliknya.

H₁ : Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech*

Pengaruh Manfaat terhadap Minat Menggunakan *Fintech*

Manfaat mengacu pada keyakinan bahwa penggunaan *fintech* akan meningkatkan produktifitas, berupa kemudahan transaksi elektronik, mempercepat transaksi elektronik, memberikan keuntungan tambahan saat melakukan transaksi elektronik, memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi elektronik, dan meningkatkan efisiensi dalam transaksi elektronik (Davis, et al., 1989). Adanya manfaat-manfaat tersebut akan meningkatkan minat pelaku UKM untuk menggunakan *fintech*.

Menurut teori TAM, salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *fintech* adalah persepsi manfaat. Penggunaan *fintech* diharapkan akan mendukung kinerja usaha individu, seperti meningkatkan jumlah transaksi

usaha, membuat usaha lebih efektif dan membuat usaha transaksi lebih cepat. Kondisi inilah yang menyebabkan individu berminat untuk menggunakan *fintech* karena merasa akan memberikan manfaat bagi kelancaran usahanya.

Yanto dkk (2020), Prasetya & Putra (2020), Romadloniyah & Prayitno (2018), Yogananda & Dirgantara (2017) mengungkapkan manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech*. Semakin tinggi manfaat maka semakin tinggi minat menggunakan *fintech*, dan sebaliknya.

H₂ : Manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech*

Pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan *Fintech*

Fitur layanan adalah karakteristik tambahan yang dirancang untuk menambah ketertarikan konsumen terhadap produk atau penyempurnaan fungsi produk. Fitur layanan mampu menumbuhkan minat menggunakan *fintech* karena adanya fitur akan membuat *fintech* semakin mudah dalam memperoleh akses informasi dan layanan semakin beragam sesuai dengan kebutuhan. Adanya fitur layanan maka manfaat *fintech* akan semakin sempurna sehingga individu semakin berminat untuk menggunakannya (Syafitri, 2020).

Menurut teori TAM, salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *fintech* adalah fitur layanan. Fitur layanan ini akan menjadi salah satu dasar individu untuk menilai suatu *fintech* dapat dipercaya atau tidak sehingga mempengaruhi keputusan individu dalam menggunakan *fintech*. Fitur layanan ini juga memperlihatkan bahwa suatu *fintech* memiliki banyak keunggulan yang patut diperhitungkan oleh individu, khususnya dalam mendukung usahanya. Kondisi inilah yang menyebabkan individu berminat untuk menggunakan *fintech*.

Abrilia & Sudarwanto (2020) dan Syafitri (2020) mengungkapkan fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech*. Semakin banyak fitur layanan maka semakin tinggi minat menggunakan *fintech*, dan sebaliknya.

H₃ : Fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech*.

Pengaruh Risiko terhadap Minat Menggunakan *Fintech*

Risiko merupakan sesuatu yang dihadapi oleh individu secara sadar maupun tidak sadar ketika memutuskan menggunakan *fintech*. Semakin tinggi konsekuensi negative yang diterima oleh individu maka semakin rendah minatnya untuk menggunakan *fintech* (Yogananda & Dirgantara, 2017). Peningkatan persepsi risiko akan menurunkan minat individu untuk menggunakan *fintech* (Prasetya & Putra, 2020).

Menurut teori TAM, salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *fintech* adalah risiko. Semakin tinggi risiko dari penggunaan *fintech*, maka individu merasa akan mengalami kerugian keuangan, terjadi kebocoran data dan informasi pribadi, dan gangguan transaksi, sehingga muncul keyakinan pada individu bahwa penggunaan *fintech* berisiko yang pada akhirnya menurunkan minat untuk menggunakan *fintech*.

Setiawan dkk (2020), Prasetya & Putra (2020), dan Marisa (2020) mengungkapkan bahwa risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan *fintech*. mengungkapkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *fintech*.

H₄ : Risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *fintech*.

METODE PENELITIAN

Sampel sebanyak 110 orang pemilik UKM di Kota Semarang yang menggunakan *fintech*, yang diperoleh secara *purposive sampling*. Data penelitian diperoleh menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1-5 point. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

HASIL PENELITIAN

Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Menggunakan *Fintech*

Hipotesis pertama menyatakan bahwa H1 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech*. Dari hasil pengolahan data diperoleh angka probabilitas sebesar $0,015 < \text{taraf signifikansi } \alpha = 5\% (0,05)$ antara Kemudahan (X₁) terhadap Minat Menggunakan *Fintech* (Y); berarti secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kemudahan (X₁) terhadap Minat Menggunakan *Fintech* (Y₁)

dengan koefisien beta standar sebesar 0,271 (β_1). Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa H1 : Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech*, diterima.

Pengaruh Manfaat terhadap Minat Menggunakan *Fintech*

Hipotesis kedua menyatakan bahwa H2 : Manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech*. Dari hasil pengolahan data diperoleh angka probabilitas sebesar $0,025 < \text{taraf signifikansi } \alpha = 5\% (0,05)$; berarti secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Manfaat (X₂) terhadap Minat Menggunakan *Fintech* (Y) dengan koefisien beta standar sebesar 0,271 (β_2). Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa H2 : Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech*, diterima.

Pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan *Fintech*

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa H3 : Fitur layanan berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan *Fintech*. Dari hasil pengolahan data diperoleh angka probabilitas sebesar $0,016 < \text{taraf signifikansi } \alpha = 5\% (0,05)$; antara Fitur Layanan (X₃) terhadap minat menggunakan *fintech* (Y) artinya secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Fitur Layanan (X₃) terhadap Minat Menggunakan *Fintech* (Y) dengan koefisien beta standar sebesar 0,279 (β_3). Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa H3 : Fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech*, diterima.

Pengaruh Risiko terhadap Minat Menggunakan *Fintech*

Hipotesis keempat menyatakan bahwa H4 : Risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *fintech*. Dari hasil pengolahan data diperoleh angka probabilitas sebesar $0,028 < \text{taraf signifikansi } \alpha = 5\% (0,05)$ antara Risiko (X₄) terhadap Minat Menggunakan *Fintech* (Y); berarti secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan antara Risiko (X₄) terhadap Minat Menggunakan *Fintech* (Y) dengan koefisien beta standar sebesar $-0,028 (\beta_4)$. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan bahwa H4 : Risiko

berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech*, diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian yaitu kemudahan, manfaat, fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech*; sementara risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *fintech*.

Saran penelitian adalah perusahaan *fintech* perlu meningkatkan pemahaman kepada pemilik UKM mengenai kemudahan dan manfaat penggunaan *fintech*, jenis-jenis fitur layanan *fintech*, serta risiko dan upaya mengatasinya melalui sosialisasi.

Pemerintah dan AFTECH perlu membuat kebijakan yang tepat terkait *fintech* untuk UMK, serta melakukan sosialisasi untuk meningkatkan minat pemilik UKM menggunakan *fintech*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan e-Wallet pada Aplikasi Dana di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006–1012. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36014/32030>
- Asosiasi Fintech Indonesia. (2021). *Hand Book Fintech untuk UMKM*.
- Bank Indonesia. (2018). Mengenal Finansial Teknologi. *Departemen Komunikasi Bank Indonesia*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Finansial-Teknologi.aspx>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Dewi, N. M. A. P., & Warmika, I. G. K. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 2606–2636. <https://media.neliti.com/media/publications/251442-peran-persepsi-kemudahan-penggunaan-pers-198c6e75.pdf>
- Fajar, M., & Larasati, C. W. (2021). Peran Financial Technology (Fintech) dalam Perkembangan UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Humanis (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 1(2), 702–715.
- Fernos, J., & Alfadino, M. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking pada PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(2), 115–125. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i2.19032>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Undip.
- Jayantari, I. A. A. U., & Seminari, N. K. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(5), 2621–2651. <https://media.neliti.com/media/publications/255127-peran-kepercayaan-memediasi-persepsi-ris-457317e8.pdf>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, dan Risiko Berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139–152.
- Mowen, J. C. & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Alih Bahasa: Lina Salim. Jakarta: PT Erlangga.
- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech): Studi Kasus UMKM di Kabupaten Bantul. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65–74.
- Nurdin, Azizah, W. N., & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Vol. 4, No. 2, Oktober 2021. Hal. 11-17*

- Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199–222.
<https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>
- OJK. (2021). Fintech. *OJK*.
<https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/FAQ-Terkait-Layanan-Pinjam-Meminjam-Uang-Berbasis-Teknologi-Informasi---Kategori-Umum/FAQ-LPMUBTI-Kategori-Umum.pdf>
- Pavlou, P. (2001). Consumer Intentions to Adopt Electronic Commerce: Incorporating Trust and Risk in the Technology Acceptance Model. *DIGIT*, 2. <https://aisel.aisnet.org/digit2001/2/>
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial
- Prakosa, A., & Sumantika, A. (2020). Analisis Technology Acceptance Model pada Pengguna Dompot Digital di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 137–146.
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko pada Minat Penggunaan e-Money di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151–158.
<https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB/article/view/1340/pdf>
- Rahardyan, A. (2021). Minat Investasi di Fintech P2P Lending? Simak Dulu Tips Berikut! *Bisnis.Com*.
<https://finansial.bisnis.com/read/20210812/563/1428986/minat-investasi-di-fintech-p2p-lending-simak-dulu-tips-berikut>
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 160–177.
<https://doi.org/10.17970/jrem.16.160110.id>
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan e-Money pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(2), 699–711.
<https://doi.org/10.30736/jpens.v3i3.163>
- Setiawan, A., Rofingatun, S., & Patma, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko terhadap Minat dan Penggunaan Financial Technology (Fintech) dengan Minat sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 15(2), 34–49.
<https://doi.org/10.52062/jakd.v15i2.1623>
- Suyanto, & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika*, 16(1), 175–186.
<https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.166>
- Syafitri. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) pada Aplikasi OVO (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UPGRIS Angkatan 2016-2019). *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (Kimu)*, 4, 1008–1036.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan terhadap Niat Menggunakan e-Money. *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 5(3), 113–119.
<https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Yahyapour, N. (2008). *Determining factors affecting Internet to adopt banking recommender system* [Lulea University of Technology]. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1022238/FULLTEXT01.pdf>
- Yanto, W., Baskor, E., & Fitriani. (2020). Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Keamanan terhadap Minat Pemakaian Financial Technology pada Aplikasi OVO sebagai Digital Payment: Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 1(1), 96–109.
<https://doi.org/10.24127/akuntansi.v1i1.335>

Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–7.