

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI
KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT
PENGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*
(*FINTECH*) *PAYMENT* PADA GENERASI MILENIAL
DI KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Risha Wardana

NIM 401190304

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

ABSTRAK

Wardana, Risha. Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology (Fintech) Payment* Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo. *Skripsi*. 2023. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Dr. Hj. Ely Masykuroh, S.E, M.SI.
Kata Kunci: Minat Penggunaan, Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan

Generasi Milenial adalah masyarakat sosial yang lahir pada rentang usia 27-42 tahun yang mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan informasi. Banyaknya jumlah generasi milenial di Kabupaten Ponorogo kurang lebih 110.500 orang. Jumlah tersebut memiliki angka yang tinggi terhadap minat dalam penggunaan jaringan internet, hal ini ditambah dengan dukungan dari pemerintahan setempat terhadap perkembangan teknologi dan informasi dalam bentuk pemberian wifi dan akses internet yang mudah. Minat dalam penggunaan *fintech* yang menjadi aktivitas sehari-hari dalam hal transaksi dan perlakuan keuangan justru cenderung rendah. Sementara itu banyak dari aktivis pendidikan dan organisasi di Kabupaten Ponorogo telah memberikan sosialisasi dan seminar mengenai literasi keuangan, ditambah dengan dukungan sistem yang telah kredibel dari pengembang produk *fintech*. Namun banyak dari generasi milenial pengguna *fintech* belum konsisten menggunakannya secara berulang dikemudian hari.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis secara parsial maupun simultan literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *fintech* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menggunakan pengambilan sampel dengan metode *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model regresi linier sederhana dan berganda digunakan untuk menganalisis penelitian. Variabel independen yang digunakan meliputi literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan. Sedangkan variabel dependen meliputi minat penggunaan *fintech*. data diuji statistik menggunakan aplikasi *SPSS Statistic 25*.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: 1). Literasi Keuangan secara parsial berpengaruh terhadap minat penggunaan. 2). Persepsi Kemudahan secara parsial berpengaruh terhadap minat penggunaan. 3). Kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat penggunaan. 4). Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan sebesar 57%, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi ini atas nama:

No.	Nama	NIM	JURUSAN	JUDUL
1.	Risha Wardana	401190304	Ekonomi Syariah	Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan <i>Financial Technology</i> (<i>Fintech</i>) <i>Payment</i> Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk disajikan pada ujian skripsi.

Mengetahui,


Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.
NIP 197801122006041002

Ponorogo, 02 Oktober 2023

Menyetujui,

Pembimbing


Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.Si.
NIP 197202111999032003

P O N O R O G O



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology (Fintech) Payment* Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo.
Nama : Risha Wardana
NIM : 401190304
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang	:	(Maharani)
Dr. Shinta Maharani, M.AK.		
NIP 197905252003122002		
Penguji I	:	(Husna Ni'matul Ulya)
Husna Ni'matul Ulya, M.E.SY		
NIP 198608082019032023		
Penguji II	:	(Dr. Hj. Ely Masykuroh)
Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.Sl.		
NIP 197202111999032003		

Ponorogo, 11 Oktober 2023
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo

Dr. H. Luthfi/Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP 197207142000031005

PONOROGO

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risha Wardana
NIM : 401190304
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan financial Technology (Fintech) Payment pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 9 Novemb 2023

Penulis



Risha Wardana

PONOROGO



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Risha Wardana

NIM : 401190304

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology (Fintech) Payment* Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo.”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya

Ponorogo, 02 Oktober 2023

Pembuat Pernyataan



Risha Wardana

NIM 401190304

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman kini menciptakan kemajuan pesat dalam berbagai bidang, salah satunya pada bidang teknologi dan informasi yang tidak bisa kita hindari lagi dan harus beradaptasi dengan kehadirannya. Transformasi teknologi dan informasi yang mula dari konsep konvensional beralih menjalar ke ranah digital yang kian meluas hingga seluruh aspek kehidupan manusia, yaitu mulai dari kegiatan bertransaksi, berbelanja, transportasi, donasi, investasi, dan kegiatan lainnya.¹ Dampak perkembangan zaman ini terasa pada negara maju dan negara berkembang. Hal ini dapat terlihat dari banyak munculnya inovasi produk dalam bentuk barang maupun jasa yang sudah banyak diadopsi oleh masyarakat.² Bentuk yang bervariasi mengharuskan masyarakat bijak dalam memilih dan menentukan dalam memutuskan penggunaan. Aktivitas masyarakat sekarang tidak terlepas dari penggunaan teknologi dan sudah menjadi bagian dari kebutuhan manusia. Ditambah dengan fasilitas yang ditawarkan lebih modern dengan akses yang mudah dan

¹ Dwi Ajeng Kusumawardhani, "Penyebaran Pengguna Teknologi Digital Di Indonesia Berdasarkan Google Trends Analytics," *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen* Volume 17, (2021): 377.

² Hanik Fitriani, "Kontribusi *Fintech* Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada Pertanian (Studi Analisis Melalui Pendekatan Keuangan Syariah Dengan Situs Peer To Peer Lending Pada Pertanian Di Indonesia)," *El Barka: Journal Of Islamic Economics And Business* Volume 1, (2018): 4.

bisa digunakan dalam situasi apapun.³ Sehingga secara otomatis, kemajuan ini juga akan mengubah kebiasaan seseorang pada perlakuan hidupnya dalam menggunakan uang.

Kehidupan manusia diiringi dengan berkembangnya teknologi yang pesat akan menggeser pola perilakunya.⁴ Ditambah dengan penerapan teknologi digital dalam layanan keuangan yang mampu membantu dalam melakukan transaksi dan interaksi keuangan. Fenomena produk inovasi industri jasa kini telah merubah paradigma industri secara global. Akibatnya muncul bentuk transformasi keuangan yang dulu bersifat konvensional sekarang berubah menjadi digital. Fenomena ini disebut *Financial Technology (Fintech)*. Menurut *The National Digital Research Center (NDRC)*, *fintech* merupakan sebuah inovasi baru yang mana gabungan antara layanan keuangan dan teknologi modern.⁵ *Fintech* juga termasuk sistem keuangan yang memiliki basis teknologi modern sehingga dapat menghasilkan produk, layanan, teknologi hingga model bisnis digital baru yang berdampak pada kestabilan moneter, sistem keuangan atau efisiensi, keamanan hingga

³Hizbul Hadi Nawawi, "Penggunaan *E-Wallet* Di Kalangan Mahasiswa," *Jurnal Emik* Volume 3, (2020): 192.

⁴Aldo Putra Kusuma, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan *E-Wallet* Di Kota Bandung 2020," *Jaba: Journal Of Applied Business Administration* Volume 4, (2020): 192.

⁵I Granita, "*Financial technology* Di Indonesia Ingrid Granita," *Jurnal Teknologi Informasi (Jalti)*, 2020, <https://Accounting.Binus.Ac.Id/2020/07/02/Perkembangan-Financial-Technology-Di-Indonesia>.

keandalannya dalam sistem pembayaran.⁶ *Fintech* memiliki aspek *financial service* yang menjadikannya layanan keuangan menjadi *cheaper, faster, dan cleaner* dengan syarat pengguna *fintech* harus selalu terhubung jaringan internet.⁷

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat terutama pada tahun 2022 mencapai 77% atau sebesar 210 juta jiwa.⁸ Meningkatnya angka ini membuat masyarakat berpotensi untuk memanfaatkan fenomena distruksi dunia digital berupa produk inovasi, misalnya mendukung pengembangan *financial Technology (Fintech)*. Pemanfaatan produk inovasi ini memuat minat seseorang meningkat dalam menggunakannya dengan didasari alasan setiap individu yang bermacam-macam. Diketahui penggunaan *fintech* di Indonesia Produk *fintech* yang berkembang di Indonesia menurut Bank Indonesia diklarifikasikan menjadi beberapa jenis yang diharapkan dapat mendukung inklusi keuangan nasional, yakni: sistem pembayaran atau *Payment, Clearing, Settlement (startup)*, Manajemen Risiko Investasi, *Lending, Market Aggregator*, pinjaman online (*Peer-to-Peer (P2P)*) dan penggalangan

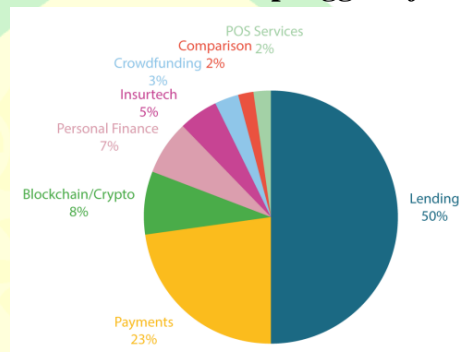
⁶Aulia, Zulkarnaini, And Early Ridho Kismawadi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Mengajukan Kredit Di *Financial Technology*," *Jurnal Investasi Islam* 5, No. 2 (2021): 135–52, <https://doi.org/10.32505/Jii.V5i2.2391>.

⁷Hanik Fitriani, "Kontribusi Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada Pertanian," *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business* Vol.1, No. (2018): 7, <https://doi.org/https://doi.org/10.21154/elbarka.v1i1.1392>.

⁸Amanda Pratama Putra, "Estimasi Hasil Survei," Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Apjii), 2020, <https://apjii.or.id/>.

dana (*Crowdfunding*)⁹. Setiap jenis produk fintech tersebut memiliki konsep fitur yang berbeda dimana setiap bentuknya disesuaikan dengan kebutuhan penggunanya.

Gambar 1.1
Presentase ekosistem pengguna *fintech*



Sumber: *Fintech News Indonesia* from desk research, 2022

Menurut DSReach pada tahun 2022, diketahui bahwa industri *fintech* di Indonesia didominasi oleh sektor *Lending* sebesar 50%, *Payment* sebesar 23%, dan sisanya diisi oleh sektor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *fintech* sudah marak diadopsi oleh masyarakat Indonesia., khususnya generasi milenial menyumbang sebagai pengguna layanan *fintech* terbanyak sebesar 63%, besarnya angka ini juga menunjukkan bahwa minat dalam menggunakan layanan *fintech* cenderung tinggi. Menurut Raharjo, minat diartikan sebuah kecenderungan subyek yang menetap dan berlanjut karena ketertarikan pada bahasan konsep tertentu dan merasa senang saat menggunakan.¹⁰

Minat dalam penggunaan sesuatu menimbulkan pemusatan perhatian yang disertai dengan perasaan senang dan bersifat

⁹Ratnawaty Marginingsih, “*Financial technology (Fintech)* Dalam Inklusi Keuangan Nasional di Masa Pandemi Covid-19,” *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 8, No. 1 (2021): 56–64, <https://doi.org/10.31294/Moneter.V8i1.9903>.

¹⁰Sulistyo Seti Utami, “Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Money* (Studi Pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta),” *Balance* Xiv, No. 2 (2017): 29–41.

berkelanjutan.¹¹Timbulnya minat dalam seseorang menimbulkan perasaan yang meyakini pada produk layanan *fintech* berupa mempunyai kelebihan sehingga seseorang akan secara sukarela mengusahakan untuk menggunakan jangka panjang. Selain itu minat terbentuk dari pengaruh, sikap, keyakinan seseorang terhadap sesuatu atas kualitas yang diberikan.¹² Minat muncul karena didorong oleh beberapa faktor, diantaranya faktor internal dan eksternal. Faktor Internal berasal dari diri sendiri yang meliputi dorongan motivasi, rasa keyakinan akan sesuatu, psikologis. Faktor eksternal berasal dari luar individu yang meliputi sosial dan kebudayaan.¹³ Jenis produk *Fintech* yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia yaitu *pinjaman online* (kredivo, Spinjam, dll), *crowdfunding* (kitabisa.com, gandengtangan.co.id, dll), *Payment, Clearing, dan Settlement* (shopeepay, Qris, Dana, gopay, Ovo, dll).

Disamping itu produk *fintech* memberikan banyak kemudahan bagi penggunaannya dalam hal melakukan transaksi keuangan digital misalnya pada pembayaran, peminjaman, donasi, dll. Kemudahan ini sebagai paramater untuk melihat sejauh mana seseorang mempercayai bahwa dengan menggunakan suatu teknologi maka dapat

¹¹Bagus Setiawan Sinta Bela, Saprida, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Di Desa Karang Baru Kabupaten Banyuasin," *Jurnal Jimesha Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah* Vol. 3 No. (2023).

¹²Moh Faizin, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Budaya Lokal Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Produk Songkok Mitra Anyar," *UMG Repository* 18 (2014), [Http://Eprints.Umg.Ac.Id/Id/Eprints/1147](http://Eprints.Umg.Ac.Id/Id/Eprints/1147).

¹³Nurdin Nurdin, Winda Nur Azizah, And Rusli Rusli, "Pengaruh Pengetahuan , Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (*Fintech*) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu" 2, No. 2 (2020).

membebaskannya darisuat u usaha yang berlebih.¹⁴ Salah satu kemudahan produk *fintech* yaitu menawarkan pinjaman dengan tingkat bunga yang rendah, otomatis hal ini bisa membantu pengguna dalam memutuskan meminjam uang disalah satu produk *fintech*. Sehingga dengan kehadiran *fintech* mampu memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses layanan keuangan tanpa harus kemana-mana dan mengeluarkan usaha yang berlebih, dengan syarat selama ia terhubung dalam layanan web.

Seseorang saat melakukan aktivitas ekonomi juga mempertimbangkan rasa kepercayaan saat menggunakan layanan *fintech*. Menurut teori oleh Pavlou, kepercayaan merupakan sebuah keyakinan individu yang akan menimbulkan kemungkinan untuk secara sukarela menjadi pengguna setelah melalui pertimbangan karakteristik layanan yang ditawarkan.¹⁵ Ketika produk layanan tersebut memberikan kepercayaan pada konsumennya ditambah dengan adanya manfaat dan kemudahan dalam penggunaannya maka konsumen akan terus menerus menggunakan dan menjadi sebuah kebutuhan.

Sebagai konsumen, pengambilan keputusan yang bijak diperlukan melalui berbagai proses karena seiring dengan bertambahnya kebutuhan maka secara otomatis pengetahuan tentang keuangan akan semakin

¹⁴Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007).

¹⁵Refha Febriana Setiawan, "Analysis Of Factors Affecting The Interest Of People To Use Dana Application Using Principal Component Analysis Method (PCA)," *International Research Journal Of Advanced Engineering And Science* 5, No. 1 (2020): 226–32.

berkembang pula.¹⁶ Dari situ dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan menjadi salah satu proses belajar secara internal. Literasi keuangan menurut Lusardi adalah pengetahuan atau kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mampu mengelola dan menggunakan uang yang dimilikinya untuk mencapai kesejahteraan (*Knowledge and Ability*).¹⁷ Sehingga untuk mencapai kesejahteraan tersebut dibutuhkan kecerdasan dalam pengelolaan keuangan salah satunya dengan memiliki tingkat literasi keuangan yang baik. Wujud literasi keuangan ini berupa pemahaman atau pengetahuan konsumen mengenai konsep dasar keuangan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Sehingga dengan pengetahuan literasi keuangan yang baik maka mampu membuat keputusan yang baik pula dalam penggunaan keuangan di layanan *fintech* dan tidak menimbulkan masalah dalam mengelola keuangan.¹⁸

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah melakukan Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2022 menghasilkan bahwa indeks literasi dan inklusi keuangan sebesar 49,68%, nilai ini menunjukkan peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu pada 2019

¹⁶Marginingsih, "Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional Di Masa Pandemi Covid-19."

¹⁷Olivia S. Mitchell, Annamaria Lusardi, And Vilsa Curto, "*Financial Literacy Among The Young: Evidence And Implications For Consumer Policy*," *SSRN Electronic Journal*, No. August (2011), <https://doi.org/10.2139/ssrn.1459141>.

¹⁸Siti Asriah Immawati Humairoh Humairoh, Andi Kusuma Negara, ""Pertimbangan Dan Sikap Milenial Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet*: Pada Masa Psbb Pandemi Covid-19 Di Kota Tangerang," *Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi* Volume 3, (2020): 66.

sebesar 38,03%.¹⁹ Peningkatan yang cukup besar ini menggambarkan adanya perkembangan dalam pengetahuan keuangan masyarakat Indonesia cukup baik. Sedangkan dilansir dari hasil berita CNBC Indonesia, tingkat literasi keuangan di Indonesia masih rendah jika dibandingkan dengan negara tetangga, yakni Indonesia sebesar 76%, Singapura 98%, Malaysia 85%, dan Thailand 82%.²⁰ Berdasarkan hasil BPRS Madina Mandiri Sejahtera, Tingkat literasi keuangan masyarakat Kabupaten Ponorogo yang telah mendapatkan edukasi yaitu sebesar 82,42%.²¹ Oleh karena itu perlu dukungan tinggi dari masyarakat khususnya generasi milenial sebagai *stakeholder* agar mampu mengimbangi negara lain.

Berdasar penelitian skripsi yang dilakukan oleh Selvy Diana Putri menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech* payment.²² Dari penelitian tersebut diperoleh kesimpulan, Semakin baik kemampuan seseorang mengelola keuangannya sebagai langkah awal dalam meningkatkan kualitas hidup maka akan

¹⁹Ojk, "Infografis Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022," Accessed November 19, 2022, <https://Ojk.Go.Id/Id/Berita-Dan-Kegiatan/Info-Terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>.

²⁰Khoirul Anam, "Menko Airlangga Dorong Percepatan Literasi & Inklusi Keuangan," Accessed November 19, 2022, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20221124213059-4-391059/menko-airlangga-dorong-percepatan-literasi-inklusi-keuangan>.

²¹Indra Kusuma Dewi, "Strategi Bank Syariah Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Masyarakat (Studi Kasus Masyarakat Kab. Ponorogo)," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* Volume 8 N (2022): 129.

²²Selvy Diana Putri, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) Pada," 2022.

semakin tinggi rasa ketertarikan seseorang dalam mengikuti perkembangan perekonomian di era teknologi sekaligus menambah tingkat minat dalam menggunakan produk layanan *fintech*. Kemudian, penelitian skripsi yang dilakukan oleh Evrida Dini Wulansari menunjukkan hasil bahwa Terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology*.²³ Oleh karena itu semakin banyak kemudahan yang diberikan dalam produk layanan *fintech* maka akan meningkatkan minat dalam penggunaan *fintech*.

Menurut Undang-Undang nomor 40 tahun 2009 Pasal 1 tentang Kepemudaan, Generasi milenial adalah golongan manusia dalam rentang usia 27– 42 tahun.²⁴ Generasi ini berperan aktif sebagai kekuatan moral, *control* sosial, dan agen perubahan dalam segala aspek pembangunan nasional. Generasi ini erat hubungannya dalam beradaptasi terhadap perubahan yang ada. Sekelompok mahasiswa disebut sebagai generasi milenial yang sedang berproses dan mencari jati dirinya untuk mencapai pola diri yang ideal. Namun dengan maraknya perilaku yang ada generasi ini tidak jauh dengan ciri sebagai konsumen.²⁵ Hal ini

²³Evrida Dini Wulansari, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Fintech” (Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022).

²⁴Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, “Generasi Milenial Dan Generasi Kolonial,” 2021, [Http://Djkn.Kemenkeu.Go.Id/](http://Djkn.Kemenkeu.Go.Id/). diakses pada 12 Oktober 2023.

²⁵Mix Marcom, Millenials, (Jakarta: Fantasiou X Loveable, 2018), Hal.10

berkaitan dengan keberadaan *fintech* yang mempengaruhi perilaku generasi milenial dalam aktivitasnya di sektor ekonomi. Tercatat bahwa generasi milenial merupakan pengguna layanan *fintech* tertinggi dan selalu meningkat disetiap tahunnya, pada tahun 2023 menurut AFPI sudah meningkat sebesar 63% dari tahun sebelumnya.²⁶ Banyaknya kebutuhan dan ditambah keinginan membuat generasi milenial perlu memahami kecerdasan finansial, pasalnya apalagi mereka jauh dari orangtua saat menempuh pendidikan di bangku sekolah. Apabila generasi muda ini *merem* bahkan mengabaikan akan finansial maka akan cenderung menimbulkan masalah baru dalam pengelolaan keuangannya dan menjadikannya gptek dengan perkembangan teknologi digital terutama pada *fintech*.²⁷

Walaupun sudah banyak mendapat berita dan edukasi tentang keuangan ditambah adanya seminar finansial yang sering diadakan oleh instansi tertentu sehinggadiharapkan memiliki kemampuan tingkat literasi yang cukup baik. Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dharu Akbar Bawalaksanamengenai literasi keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam hampir dari keseluruhannya masuk

²⁶Indina Andamari, "Pengguna Baru *Fintech* Terus Meningkat, Kredivo Dan Kredifazz Gandeng AFPI Beri Edukasi Pentingnya Jadi Pengguna Yang Bijak," Accessed June 22, 2023, <https://afpi.or.id/articles/detail/pengguna-baru-fintech-terus-meningkat-kredivo-dan-kredifazz-gandeng-afpi-beri-edukasi-pentingnya-jadi-pengguna-yang-bijak>.

²⁷Catur Dedek Khadijah, "Transformasi Perpustakaan Untuk Generasi Millennial" 12, No. 02 (2018): 59–78.

pada kategori *Sufficient literate* atau cukup baik,²⁸ namun berdasar hasil wawancara peneliti pada prasurvei kepada generasi milenial di kabupaten Ponorogo yang dilakukan secara acak menunjukkan bahwa 18 dari 23 dari mereka atau sebanyak 80% mengaku menggunakan *fintech* belum konsisten bahkan hanya sekedar mencoba saja. Kemudian mereka mengaku memiliki rasa kepercayaan terhadap layanan *fintech* namun masih menggunakan perencanaan keuangan dan melakukan aktivitas menyimpan uang secara konvensional dan belum berminat bertransformasi kelayanan *fintech*. Padahal sudah disajikan kemudahan dalam menggunakan *fintech* sebagai pilihan keputusan atas perlakuan keuangan. Dan dukungan dari pengembang *fintech* yang terus meningkatkan sistem kredibilitasnya terhadap produk sebagai salah satu bukti tingginya keamanan pada sistem. Banyaknya prosentase 80% ini menjadikan sebuah permasalahan baru dimana bertolak belakang dengan teori yang menyatakan dengan tingkat literasi keuangan, kemudahan, dan kepercayaan dalam penggunaan yang tinggi maka minat penggunaan *fintech* akan juga meningkat.

Selanjutnya berdasar latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology (Fintech) Payment* Pada Generasi Milenial di Kabupaten Ponorogo”.

²⁸Dharu Akbar Bawalaksana, “Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo), 2022).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka tersusunlah rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan *financial technology (fintech) payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo ?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *financial technology (fintech) payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo ?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *financial technology (fintech) payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo ?
4. Apakah literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan *financial technology (fintech) payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan selaras dengan persoalan yang dirumuskan pada rumusan masalah. Adapun tujuan secara umum yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan *financial technology (fintech) payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.

2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *financial technology (fintech) payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *financial technology (fintech) payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *financial technology (fintech) payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan implikasi dan manfaat secara teoritis berupa kontribusi terhadap ilmu pengetahuan sehingga bisa menjadi sarana pembelajaran yang berguna dan peneliti selanjutnya dapat menjadi rujukan aspek mikro ekonomi yaitu aspek penentu dalam minat penggunaan *financial technology (fintech)*.

2. Manfaat Praktisi

- 1) Bagi peneliti

Penelitian ini memberikan wawasan dan pemahaman lebih bagi peneliti mengenai literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *fintech* sebagai bentuk perkembangan teknologi dan layanan keuangan modern sehingga dapat mengkomparasikan antara teori dan lapangan.

Disisi lain peneliti sebagai kewajiban dalam menyelesaikan program studi sarjananya.

2) Bagi pembaca

Hasil penelitian dapat memberikan informasi terkait pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *fintech* sehingga dapat dijadikan evaluasi dan alasan membenahan diri dalam upaya mendukung pengembangan *fintech* yang lebih unggul dan cerdas di masa yang datang.

3) Bagi Pengembang *Fintech*

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk menciptakan inovasi layanan kuangan berbasis teknologi dengan menyesuaikan kebutuhan generasi milenial yang perilakunya semakin kompleks.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah maksud penggambaran yang tersaji dalam skripsi ini diperlukan sistematika pembahasan. Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terbagi menjadi beberapa bab yang diuraikan fokus pembahasannya dalam setiap instrument penelitian. Pada penelitian ini sistem pembahasan akan disajikan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan tentang pengaruh literasi

keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *financial technology (fintech) payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan teori yang relevan yang meliputi pengertian, faktor dan indikator mengenai literasi keuangan, persepsi kemudahan, kepercayaan dan minat penggunaan *fintech payment* yang digunakan dalam membantu menganalisa hasil penelitian, serta memaparkan telaah hasil studi terdahulu sebagai acuan dan referensi bagi peneliti, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

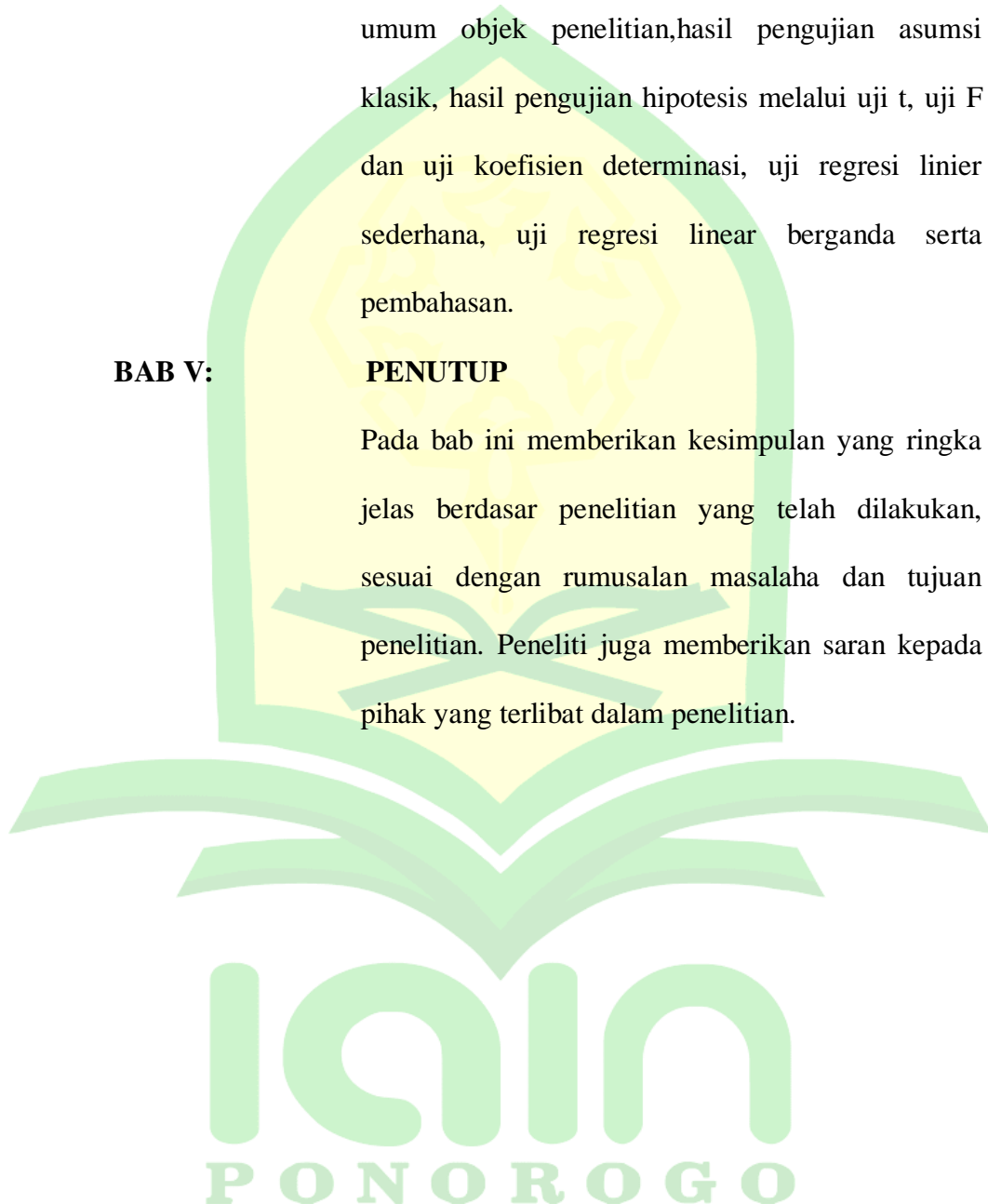
Bab ini tentang rancangan penelitian, variabel penelitian dan devinisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, validita, reliabilitas, teknik pengolahan dan analisis data mengenai pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *financial technology (fintech) payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.

BAB IV: PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisikan tentang hasil dan pembahasan tentang hasil temuan pengujian, berupa gambaran umum objek penelitian, hasil pengujian asumsi klasik, hasil pengujian hipotesis melalui uji t, uji F dan uji koefisien determinasi, uji regresi linier sederhana, uji regresi linear berganda serta pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini memberikan kesimpulan yang ringkas jelas berdasar penelitian yang telah dilakukan, sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Peneliti juga memberikan saran kepada pihak yang terlibat dalam penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Minat Penggunaan

a. Pengertian Minat Penggunaan

Menurut teori TAM, perilaku konkret seseorang saat menggunakan suatu teknologi didasari oleh minat mereka.²⁹ Minat penggunaan atau pembelian menggambarkan kecenderungan sikap konsumen yang tertarik lalu mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian atau penggunaan suatu produk melalui berbagai tahapan dan tingkat kemungkinan hingga dengan kemampuan untuk membeli produk, jasa atau merek tertentu.

Menurut Davis menyebutkan bahwa minat adalah sejauh mana seseorang ingin melakukan tindakan atau aktivitas.³⁰ Minat penggunaan merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi dimana konsumen membentuk pilihan mereka di antara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu

²⁹Humairoh Humairoh, Andi Kusuma Negara, "Pertimbangan Dan Sikap Milenial Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa Psbb Pandemi Covid-19 Di Kota Tangerang,."

³⁰F. D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology,," *Mis Quarterly: Management Information Systems* 13(3) (1989): 267, <https://doi.org/10.2307/249008>.

pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk menggunakan suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan.³¹ Menurut Hartono minat didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk melakukan perilaku.³² Kemudian menurut Novita, minat menggunakan diartikan sebagai rasa keinginan yang muncul oleh pengguna agar menggunakan sesuatu atau keinginan mereka untuk kembali menggunakan suatu objek dengan rentang waktu yang tidak ditentukan bersifat jangka panjang.³³

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah ketertarikan individu pada suatu yang sifatnya tetap agar lebih mengingat dan melakukan perlakuan yang sama secara terus menerus yang diikuti dengan rasa senang tanpa keterpaksaan oleh pihak lain untuk memperoleh sesuatu kepuasan yaitu dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Seseorang akan lebih sering menggunakan teknologi jika kepuasan yang dirasakan mampu memenuhi kebutuhannya dan memiliki manfaat dalam hal ini kepuasan terhadap *fintech*. Berhasil atau tidaknya suatu teknologi yang dikembangkan untuk meningkatkan

³¹Sri Sukmawati Suyono And Pramono, *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa* (Jakarta: Intidayu Press, 2012).

³²Hartono M Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007).

³³Novrita Debora Kelah, "Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin)" Skripsi (Universitas Hasanuddin, 2020), 20.

pelayanan akan tergantung dari para penggunaannya. Maka oleh kiranya minat merupakan faktor penting dalam peningkatan perkembangan *fintech*.

b. Indikator Minat Penggunaan

Menurut Priambodo & Prabawani dalam Saraswati, ada 3 indikator dari minat:³⁴

1) Cenderung memakai suatu produk atau membelinya.

Seseorang dalam menggunakan produk barang/jasa dimana memiliki kecenderungan menggunakan sesuatu dalam kurung waktu atau kuantitas yang digunakan membuatnya cenderung terus menggunakan.

2) Rasa ingin menggunakan merupakan suatu keinginan dalam diri seseorang saat melakukan aktivitas yang dilakukan seseorang akan sesuatu hal hingga menggunakan berulang dengan waktu yang tidak ditentukan.

3) Berlanjut menggunakan dimasa yang akan datang.

Seseorang dalam menggunakan produk barang/jasa dengan rentang waktu yang panjang hingga berulang dalam penggunaannya.

c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan

³⁴Adinda Niken Saraswati, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Kalangan Generasi Milenial (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Baru)” Skripsi (Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara, 2021).

Menurut Kotler terdapat beberapa faktor yang melatarbelakangi konsumen dalam membeli atau menggunakan suatu produk, diantaranya:³⁵

1) Faktor Sosial

Faktor sosial mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam, budaya sosial merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Kelompok referensi (*reference group*) seseorang adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan (*membership group*). Beberapa dari kelompok ini merupakan kelompok primer (*primary group*), dengan siapa seseorang berinteraksi dengan apa adanya secara terus menerus dan tidak resmi, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja. Masyarakat juga menjadi kelompok sekunder (*secondary group*), seperti agama, profesional, dan kelompok persatuan perdagangan, yang cenderung lebih resmi dan memerlukan interaksi yang kurang berkelanjutan.³⁶

³⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017). 457

³⁶Jusman Iskandar, *Teori Sosial. Edisi 5* (Bandung: Pustaka Program Pasca Sarjana Universitas Garut, 2005).

Kelompok referensi mempengaruhi anggota setidaknya dengan tiga cara. Mereka memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mereka mempengaruhi sikap dan konsep diri, dan mereka menciptakan tekanan kenyamanan yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merk.³⁷ Orang juga dapat dipengaruhi oleh kelompok di luar kelompoknya. Kelompok aspirasional (*aspirational group*) adalah kelompok yang ingin diikuti oleh orang itu, kelompok disosiatif (*dissociative group*) adalah kelompok yang nilai dan perilakunya ditolak oleh orang tersebut.

Kelompok referensi seseorang akan mempengaruhi minat, seperti kelompok referensi untuk ibu-ibu (kelompok pengajian, PKK, dan arisan), remaja (kelompok boy band, girl band, kelompok basket idola dan tim bola terkenal), dan bapak-bapak (kelompok pengajian, kelompok penggemar motor besar, kelompok penggemar bola, dan kelompok pecinta ikan, burung). Dengan adanya kelompok referensi ini, konsumen akan lebih tahu mana yang mereka inginkan sesuai dengan kelompok yang mereka sukai.

Menurut Kotler, keluarga adalah organisasi pembeli konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan

³⁷ Andrina Granic, "Technology Acceptance Model In Educational Context: A Systematic Literature Review," *British Journal Of Educatioal Technology* Volume 50, (2019): 3.

pengaruh tersebut telah diteliti secara ekstensif.³⁸ Kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah: keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. dari orang tualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Keluarga rekreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat yang telah diteliti secara intensif.

Peran (*role*) seseorang meliputi kegiatan-kegiatan yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada di sekitar mereka. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat.

Dan membuat masyarakat memiliki nilai status tersendiri dilingkungannya. Status bisa disebut juga sebagai kedudukan. Kedudukan sosial artinya adalah tempat seseorang, secara umum dalam masyarakat sehubungan dengan orang-orang lain, dalam arti lingkungan pergaulannya, prestisenya, dan hak-hak serta kewajiban-kewajibannya.³⁹

2) Faktor Kebudayaan

³⁸Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke-1 (Jakarta: Erlangga, 2008).

³⁹Kamanto Sunarto, *Pengantar Sosiologi. Edisi 3* (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2004).

Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas pada keinginan dan perilaku konsumen. Orang pemasaran perlu memahami peranan dari budaya, subbudaya, dan kelas sosial pembeli. Budaya (*culture*) adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Perilaku manusia dapat dipelajari secara luas. Ketika seorang anak tumbuh dalam suatu masyarakat, seorang anak mempelajari nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku dari keluarga dan institusi penting lainnya. Seorang anak di Amerika Serikat normalnya mempelajari atau dihadapkan pada nilai-nilai berikut: cita-cita dan sukses, kegiatan dan keterlibatan, efisiensi praktis, kemajuan, kenyamanan materi, individualis, kebebasan, perikemanusiaan, kemudaan, dan kebugaran serta kesehatan.⁴⁰

Kelas sosial (*social classes*) adalah bagian-bagian masyarakat yang relatif permanen dan tersusun rapi yang anggota-anggotanya mempunyai nilai-nilai, kepentingan, dan perilaku yang sama.⁴¹ Salah satu gambaran klasik tentang kelas sosial di Amerika Serikat mendefinisikan tujuh tingkat dari bawah ke atas, sebagai berikut: (1) bawah rendah, (2)

⁴⁰Kamanto Sunarto.

⁴¹Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, 2007.

bawah tinggi, (3) kelas pekerja, (4) kelas menengah, (5) menengah atas, (6) atas rendah, dan (7) atas tinggi.⁴²

Kelas sosial mempunyai beberapa karakteristik. Pertama, orang-orang yang berada dalam masing-masing kelas cenderung mempunyai kemiripan dalam cara berpakaian, pola bicara, dan preferensi reaksional dibandingkan orang dari kelas sosial yang berbeda. Kedua, orang dianggap menduduki posisi lebih rendah atau lebih tinggi menurut kelas sosial. Ketiga, kelompok variabel misalnya, pekerjaan, kekayaan, pendidikan, dan orientasi nilai mengindikasikan kelas sosial, alih-alih variabel tunggal. Keempat, kelas sosial seseorang dalam tangga kelas sosial dapat bergerak naik atau turun sepanjang hidup mereka. Seberapa mudah dan seberapa jauh gerakannya tergantung pada seberapa kaku stratifikasi sosial itu.⁴³

3) Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi: usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup,

⁴²Bruce J Cohen, *Sosiologi Suatu Pengantar. Edisi 2* (Jakarta: Rineka cipta, 1997).

⁴³Jusman Iskandar, *Teori Sosial. Edisi 5*.

emosional.⁴⁴ Seseorang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama hidup mereka. Selera terhadap makanan, pakaian, meubel, dan rekreasi seringkali berhubungan dengan usia. Siklus hidup seseorang terbagi menjadi dua tahap. Pertama, siklus hidup keluarga tradisional meliputi orang-orang muda lajang, pasangan muda dengan anak, dan orang dewasa yang lebih tua tanpa anak yang tinggal dengannya. Kedua, siklus hidup non-tradisional seperti pasangan tidak menikah, pasangan yang menikah dalam usia lanjut, pasangan tanpa anak, orang tua tunggal, orang tua dengan anak dewasa yang pulang lagi ke rumah, dan lain-lain serta kepribadian dan konsep diri pembeli.⁴⁵

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pekerja kasar cenderung membeli pakaian kerja kasar, sedangkan pekerja kantoran membeli setelan bisnis. Situasi ekonomi seseorang mempengaruhi pilihan produknya. Seseorang akan membeli suatu produk sesuai dengan keadaan keuangan yang mereka punya.

⁴⁴Trysna Aditya, "Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Manfaat Dan Keamanan Terhadap Penggunaan Sistem Financial Technology," *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* Vol 4 no,2 (2022).

⁴⁵Sisca Karnia Putri, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology Pada Masyarakat Kota Banda Aceh" (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Aceh, 2022).

Gaya hidup merupakan faktor dalam pribadi seseorang yang akan mempengaruhi minat.⁴⁶ Gaya hidup (*lifestyle*) lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah.

4) Faktor Psikologis

Faktor yang terakhir yang mempengaruhi minat seseorang adalah faktor psikologis dimana empat faktor psikologi utama adalah motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan. Motivasi merupakan dorongan yang muncul dari dalam diri atau dari luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai. Dengan adanya motivasi ini, konsumen akan terdorong untuk memutuskan ke arah yang dituju, guna memenuhi kebutuhan dan keinginan

Persepsi (*perception*) adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia.⁴⁷ Seseorang dapat membentuk persepsi-persepsi yang berbeda mengenai rangsangan yang sama karena ada tiga macam proses penerimaan indera: perhatian selektif, *distorsi*

⁴⁶Jusman Iskandar, *Teori Sosial. Edisi 5.*

⁴⁷Kamanto Sunarto, *Pengantar Sosiologi. Edisi 3.*

selektif, dan *retensi selektif*.⁴⁸ Perhatian selektif yaitu kecenderungan seseorang untuk menyaring sebagian besar informasi yang dihadapi. *Retensi selektif* yaitu seseorang yang cenderung mempertahankan informasi yang mendukung sikap dan kepercayaan mereka. *Distorsi selektif* menguraikan kecenderungan orang untuk menginterpretasi informasi dengan cara yang mudah sehingga dapat mendukung apa yang telah mereka yakini. Dalam menentukan untuk menggunakan sesuatu, seseorang cenderung akan memilih cara yang lebih mudah dan praktis. Kemudahan inilah yang akan mengamankan seseorang dari usaha yang berlebih dan berbelit.

Keyakinan sikap merupakan kepercayaan konsumen mengenai kebenaran sikap yang dimilikinya terhadap sesuatu sehingga didapati keputusan yang terbaik.⁴⁹ Keyakinan seseorang berpengaruh dalam perilaku sehari-hari. Perkembangan kepercayaan diawali dari pengalaman dan tindakan di masa lalu. Untuk menumbuhkan kepercayaan, seseorang perlu mencoba menggunakan sesuatu. Jika mendapati sesuatu sesuai harapan maka seseorang cenderung akan berulang dalam menggunakan.

⁴⁸Nadia Khafiyah, "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO" (Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020).

⁴⁹Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, 2007.

Pembelajaran (*learning*) menggambarkan perubahan perilaku individu yang muncul karena pengalaman. Para teoritikus pembelajaran mengatakan bahwa hampir semua perilaku manusia berasal dari belajar. Dengan menempuh proses pembelajaran seseorang akan lebih meningkat kualitas hidupnya, salah satu contoh pada kegiatan literasi keuangan.⁵⁰ Semakin baik literasi keuangan seseorang maka tingkat kemampuan dalam memahami aktifitas keuangan akan menghasilkan keputusan yang baik pula.⁵¹

Selanjutnya, untuk lebih memperjelas faktor-faktor tersebut maka akan dibahas pada poin berikutnya.

2) Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Lusardi mengatakan bahwa Literasi Keuangan terdiri dari sejumlah kemampuan dan pengetahuan mengenai keuangan yang dimiliki oleh seseorang untuk dapat mampu mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidup.⁵²

Vidovicova dalam buku wicaksono menyebutkan bahwa Literasi Keuangan merupakan pemahaman mengenai produk dan konsep

⁵⁰Fatimah Sari Muhammad Saleh, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pembelajaran Keuangan Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi Terhadap Penggunaan Fintech," *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* Vol.2 No.2 (2020).

⁵¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke-1 (Jakarta: Erlangga, 2008) 170.

⁵² Mitchell, Lusardi, And Curto, "Financial Literacy Among The Young: Evidence And Implications For Consumer Policy."

keuangan dengan bantuan informasi dan saran, sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami resiko keuangan agar membuat keputusan keuangan yang tepat.⁵³ sedangkan menurut Mandel Literasi Keuangan adalah kemampuan untuk mengevaluasi instrumen keuangan yang baru dan kompleks, serta dapat membuat penilaian pada instrument keuangan.⁵⁴

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami dan menerapkan keterampilan keuangan seperti halnya dalam menabung, membuat anggaran, investasi, dalam manajemen pengeluaran.

b. Indikator Literasi keuangan

Menurut Oseifuah dalam suryani terdapat beberapa indikator penting yang menjadi tolak ukur dalam mengukur literasi keuangan yaitu:⁵⁵

- 1) Pengetahuan seseorang atas konsep keuangan (*basic personal finance*) Apek yang pertama basic personal finance. Mencakup berbagai pemahaman dasar seseorang dalm suatu sistem keuangan

⁵³Suryani & Ramadhan, “Analisis Penguasaan Literasi Keuangan Pada Pelaku Usaha Mikro Di Kota Pekanbaru,” *Jurnal Of Economic, Business And Accounting (Costing)* Vol.1 No.1 (2017): 15.

⁵⁴ Candra Wijayangka Wahyu Rumbianingrum, “Pengaruh Penguasaan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Umkm,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* Vol.2 No.3 (2018): 157.

⁵⁵ Ramadhan, “Analisis Penguasaan Literasi Keuangan Pada Pelaku Usaha Mikro Di Kota Pekanbaru.”

2) Sikap positif Keuangan minat dari dalam diri untuk memperbaiki pengetahuan tentang keuangan dengan tanpa paksaan pihak lain diluar diri.

3) Perilaku Keuangan berorientasi untuk menghabiskan dan menabung uang. Dilakukan secara seimbang dengan lebih menabung sebagai kecenderungan dalam bersikap.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi keuangan

Menurut Lusardi, Mitchell dan Curto, terdapat tiga hal yang mempengaruhi Literasi keuangan yaitu:

1) *Sosiodemographi*

Terdapat perbedaan pemahaman antara laki-laki dan perempuan, laki-laki dianggap lebih mengerti tentang literasi keuangan dari pada perempuan. Dan perempuan dinilai cenderung memiliki sikap konsumtif.

2) Latar Belakang Keluarga

Dalam literasi keuangan, latar belakang keluarga juga sangat berpengaruh, ibu yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi maka akan unggul 90 persen dibandingkan lulusan sekolah menengah

3) Kelompok pertemanan

Pada kelompok atau komunitas akan mempengaruhi literasi keuangan seseorang, karena pada pertemanan

pola penggunaan konsumtif berpengaruh. Kelompok pertemanan yang sehat akan memiliki visi misi yang baik terutama dalam pengelolaan keuangan.⁵⁶

3) Persepsi Kemudahan

a. Pengertian Persepsi Kemudahan

Menurut Davis persepsi kemudahan menggunakan diartikan sebagai keadaan atau kondisi seseorang yang percaya dan yakin bahwa dengan menggunakan sebuah sistem tidak harus dibantu oleh orang lain juga tidak membutuhkan tenaga yang besar.⁵⁷ Secara umum, persepsi merupakan suatu proses yang membentuk seseorang dalam memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan menerima rangsangan menjadi gambaran yang bermakna dan lengkap tentang dunianya. Persepsi bagian dari kognitif seseorang dalam memahami informasi tentang dirinya, lingkungannya, sehingga persepsi menunjukkan adanya pandangan seseorang terhadap sesuatu.⁵⁸ Kemudahan adalah sebagai bentuk kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan teknologi tertentu, maka akan bebas dari

⁵⁶A. N. Fauzia And Nurdin, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif. Prosiding Manajemen," *Journal Of Information Systems And Technology Management* 14(1) (2019): 21–38.

⁵⁷Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology."

⁵⁸Yutisa Tri Cahyani, "Financial Technology Literacy (Fintech) In Ponorogo: Perception And Attitude," *European Alliance For Innovation*, 2021, 203, <https://doi.org/10.4108/Eai.27-10-2020.2304182>.

upaya.⁵⁹ Persepsi Kemudahan (PEOU) adalah seberapa jauh individu mempercayai bahwa saat mengaplikasikan sistem tertentu maka akan terlepas dari usaha.⁶⁰ Dalam persepsi kemudahan penggunaan, kata *Ease* yang berarti kemudahan menunjukkan kebebasan dari kesulitan. Istilah *ease of use* dapat berarti suatu ukuran kepercayaan pengguna suatu teknologi tertentu, di mana dengan menggunakan suatu teknologi dapat memberikan keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih. Persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu anggapan individu, dimana apabila mereka menggunakan sistem tertentu, maka akan bebas dari usaha. Apabila pengguna mempercayai sistem teknologi mudah saat digunakan, maka ia akan tertarik untuk memakai sistem tersebut dan sebaliknya. Persepsi ini mencerminkan sedikitnya kesulitan yang dialami dalam menggunakan sebuah teknologi. Persepsi Kemudahan adalah seberapa jauh subjek beranggapan bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan dengan mudah.⁶¹

⁵⁹Dwimastia Harlan, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada Umkm Di Kota Yogyakarta.," *Skripsi Sarjana Tidak Diterbitkan* (Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta., 2014).

⁶⁰Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology."

⁶¹Beyerer J Krempel, E., "Tam-Vs: A Technology Acceptance Model For Video Surveillance.," *Lecture Notes In Computer Science (Including Subseries Lecture Notes In Artificial Intelligence And Lecture Notes In Bioinformatics)* 84 (2014): 335, <https://doi.org/10.1007/978-3-319->.

Kemudahan yang dirasakan akan mempengaruhi sikap individu dalam dua mekanisme, yaitu *self efficacy* dan *instrumentaly*. Semakin mudah teknologi digunakan, maka akan meningkatkan *self efficacy* penggunanya.⁶² Selain itu, kemudahan yang dirasakan juga dapat memberikan dampak positif dalam memperbaiki kinerja seseorang. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak kemudahan yang dirasakan dari penggunaan suatu teknologi atau system, maka dapat pula mempengaruhi ketertarikan penggunanya.

b. Indikator Persepsi Kemudahan

Suatu teknologi dapat dikatakan memiliki suatu kemudahan dalam penggunaannya apabila memiliki beberapa indikator, yaitu sebagai berikut:

- 1) Teknologi tersebut dapat dengan mudah untuk dipelajari.
- 2) Mudah dan terampil dalam menggunakan suatu teknologi.
- 3) Sangat mudah dalam pengoperasiannya.⁶³

c. Faktor- Faktor Persepsi Kemudahan

⁶²Mario Ledesmana, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Bsm Cabang Bandar Jaya)" (Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

⁶³Muhammad Wildan, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology (Fintech)*." Skripsi (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019).

Kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa factor, antara lain:⁶⁴

- 1) Berfokus pada teknologi itu sendiri, di mana suatu teknologi yang baik dan digunakan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya. Contoh: pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi sejenis akan memberikan kemudahan pengguna.
- 2) Reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna, di mana reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
- 3) Tersedianya mekanisme pendukung yang handal, di mana mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.

⁶⁴ Istiarni, “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking Di Indonesia)”, *Disertasi* (Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, 2014).

4) Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Menurut Pavlou kepercayaan (*Trust*) ialah penilaian atas hubungan antara seseorang dengan orang lain yang melakukan transaksi tertentu dengan berdasarkan kesesuaian antara harapan dengan sebuah lingkungan yang dipenuhi dengan ketidakpastian.⁶⁵ Kepercayaan adalah harapan bahwa orang lain memutuskan untuk dipercaya tidak akan berperilaku optimis dengan mengambil keputusan sebuah situasi. Menurut Mahardika dan Basuki mendefinisikan kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya.⁶⁶

Kepercayaan muncul akibat keyakinan bahwa pihak lain akan berperilaku sesuai dengan etika sosial dan terdapat keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi komitmen. Jika konsumen sudah percaya bahwa produk yang digunakan memenuhi kebutuhan dengan baik, maka ia akan

⁶⁵Pavlou P, "Consumer Acceptance Of Electronic Commerce: Intergreting Trust And Risk With The Technology Acceptance Model," *International Journal Of Electronic Commerce*, 2003, 101–34.

⁶⁶Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, 2007.

menjadi konsumen loyal dan melakukan penggunaan berulang-ulang. Kunci sukses dalam membangun kepercayaan yaitu pembentukan sistem yang kompleks dan kredibel terhadap data pribadi pengguna dan dokumen kepentingan pengguna agar terciptanya suatu sistem yang dapat membuat pengguna percaya dan merasa aman dalam menggunakan. Untuk dapat mewujudkan hal tersebut, kepercayaan konsumen adalah salah satu hal yang penting yang bisa memastikan bahwa konsumen tersebut yakin akan data pribadinya sehingga akan menjadi pengguna yang loyal dan dapat mencegahnya untuk berpaling pada kompetitor.

b. Indikator Kepercayaan

Kepercayaan memiliki indikator sebagai tolak ukur dalam mengukur minat dalam menggunakan sesuatu, menurut Chuang adapun diantaranya:⁶⁷

1) Keyakinan pada Layanan

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan seorang individu terhadap layanan teknologi yang disediakan oleh sebuah perusahaan layanan teknologi informasi.

Jika seorang individu percaya pada perusahaan layanan teknologi informasi yang menyediakan layanan tersebut

⁶⁷ Chuang, "The Adoption Of Fintech Service: Tam Perspective," *International Journal Of Management And Administrative Science* 3 (2016): 33.

maka keyakinan individu dalam menggunakan layanan teknologi informasi tersebut menjadi semakin besar.

2) Persepsi Kualitas Layanan

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan seorang individu terhadap kualitas sebuah layanan teknologi . Sebuah layanan teknologi informasi menyediakan kualitas pengoperasian layanan yang berbeda. Jika seorang individu merasa terpenuhi atas kualitas transaksi sebuah layanan teknologi informasi maka kepercayaan seorang individu dalam menggunakan layanan teknologi informasi tersebut menjadi semakin besar.

3) Persepsi Keamanan Layanan

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan seorang individu terhadap keamanan sebuah layanan teknologi . Keamanan sebuah layanan teknologi informasi dapat dilihat pada kerahasiaan data dan kegiatan yang berlangsung selama mengoperasikan layanan tersebut. Jika seorang individu merasa terpenuhi atas keamanan transaksi sebuah layanan teknologi informasi maka kepercayaan seorang individu dalam menggunakan

layanan teknologi informasi tersebut menjadi semakin besar.⁶⁸

c. Faktor yang Membangun Kepercayaan

Adapun faktor yang membangun kepercayaan seseorang diantaranya:⁶⁹

- 1) *Benevolence* (niat baik) berarti seberapa besar seseorang percaya kepada produsen untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan produsen untuk melayani kepentingan konsumen
- 2) *Integrity* (integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran produsen untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.
- 3) *Competence* (kompetensi) adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki produsen untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan produsen untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen.

⁶⁸Chuang.

⁶⁹Jusman Iskandar, *Teori Sosial. Edisi 5*.

Inti dari kompetensi adalah kemampuan produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen.⁷⁰

B. Studi Penelitian Terdahulu

Studi penelitian terdahulu digunakan peneliti untuk mencari perbandingan sehingga menemukan inspirasi baru bagi peneliti. Studi penelitian terdahulu membantu memposisikan penelitian diantara penelitian lain dalam topik yang sama (persamaan dan perbedaan) serta menunjukkan keorisinalitas dari penelitian.

Tabel 2.1.
Studi Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Persamaan dan Perbedaan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sinta Bela, Saprida dan Bagus Setiawan (Jurnal, 2023)	Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> Di Desa Karang Baru Kabupaten Banyuasin	Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel independen yaitu Kepercayaan dan kemudahan Perbedaan: Penelitian ini menggunakan variabel dependen minat bertransaksi	Regresi linear berganda	1. Variabel kepercayaan memiliki pengaruh parsial terhadap minat bertransaksi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> Di Desa Karang Baru Kabupaten Banyuasin 2. Variabel kemudahan tidak

⁷⁰D Harrison McKnight, "The Impact of Initial Consumer Trust on Intentions to Transact with a Web Site: A Trust Building Model," *The Journal of Strategic Information Systems* vol 11, no 1 (2002): 297–323.

					memiliki pengaruh parsial terhadap minat bertransaksi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Financial Technology</i> (<i>Fintech</i>) Di Desa Karang Baru Kabupaten Banyuasin ⁷¹
2.	Farichatul Muth'iah (jurnal 2023)	Pengaruh Literasi, Kegnaan, dan Kemudahan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompot Digital Syariah	Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel independen yaitu persepsi kemudahan dan literasi keuangan variabel dependen membahas tentang minat Perbedaan: Variabel independen lain Peneliti menggunakan	Regresi linear berganda	1. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat Masyarakat Menggunakan Dompot Digital Syariah 2. kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat Masyarakat Menggunakan Dompot Digital Syariah ⁷²

⁷¹ Bagus Setiawan Sinta Bela, Saprida, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* Di Desa Karang Baru Kabupaten Banyuasin," *Jurnal JIMESHA Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah* Vol. 3 No. (2023).

⁷² Farichatul Muth'iah, "Pengaruh Literasi, Kegnaan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompot Digital Syariah," *Jurnal Ad-Denar Ekonomi Dan Bisnis Islam* Vol.7 No.1 (2023), <https://doi.org/10.30868/Ad.V7i01.4050>.

			objek dompet digital syariah		
3.	Selvy Diana Putri (skripsi, 2022)	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan <i>Fintech Payment (Paylater)</i> Pada Shopee	<p>Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel independen yaitu literasi keuangan dan variabel dependen membahas tentang minat penggunaan</p> <p>Perbedaan: Peneliti menggunakan objek <i>FintechPayment (Paylater)</i> Pada Shopee</p>	Regresi linear berganda	Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>fintechpayment (paylater)</i> pada Shopee ⁷³
4.	Trisna aditya (jurnal, 2022)	Pengaruh Literasi Keuangan, persepsi kemudahan manfaat dan keamanan terhadap Penggunaan sistem <i>Financial</i>	<p>Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel independen yaitu literasi keuangan dan persepsi kemudahan variabel dependen</p>	Regresi Linear Berganda	<p>1. Variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan sistem <i>Financial Technology</i></p> <p>2. Variabel persepsi kemudahan</p>

⁷³Selvy Diana Putri, Skripsi “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *Fintech Payment (Paylater)* Pada,” 2022.

		<i>Technology</i>	minat penggunaan Perbedaan: Penelitian ini tidak menggunakan variabel kepercayaan		bepengaruh signifikan terhadap Penggunaan sistem <i>Financial Technology</i> ⁷⁴
5.	Sisca Karnia Putri (Skripsi, 2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan <i>Financial Technology</i> Pada Masyarakat Kota Banda Aceh	Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel independen yaitu persepsi kemudahan variabel dependen minat Perbedaan: Menggunakan variabel independen yang lain dan subjek yang berbeda	Analisis regresi linear berganda	Variabel persepsi kemudahan bepengaruh signifikan Terhadap Minat Menggunakan <i>Financial Technology</i> Pada Masyarakat Kota Banda Aceh ⁷⁵
6.	Cut Nurul A'la (Skripsi, 2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan,	Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan	Regresi linear berganda	Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

⁷⁴Trysna Aditya, "Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Kemudahan Manfaat Dan Keamanan Terhadap Penggunaan Sistem *Financial Technology*," *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* Vol 4 No,2 (2022).

⁷⁵Sisca Karnia Putri, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology* Pada Masyarakat Kota Banda Aceh" (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Aceh, 2022).

		Efektivitas, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Financial Technology (FINTECH)</i>	variabel independen yaitu persepsi kemudahan Perbedaan: penelitian sebelumnya membahas variabel dependen minat bertransaksi		bertransaksi menggunakan <i>fintech</i> pada masyarakat kota Medan ⁷⁶
7.	Gatot Efrianto dan Nia Tresnawaty (Jurnal, 2021)	Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Penggunaan <i>Fintech</i> Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Tangerang Banten	Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel independen yaitu Kepercayaan dan variabel dependen minat penggunaan Perbedaan: Penelitian ini menggunakan variabel independen lain dan objek penelitian yang berbeda	Regresi linear berganda	Persepsi Kepercayaan berpengaruh signifikan Terhadap Minat Penggunaan <i>Fintech</i> Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Tangerang Banten ⁷⁷

⁷⁶Cut Nurul A'la, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* (Studi Pada Masyarakat Kota Medan)", *Skripsi* (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021).

⁷⁷ Gatot Efrianto Dan Nia Tresnawaty, "Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Penggunaan *Fintech* Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Tangerang Banten," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Ekonomi* Vol. 6 No. (2021).

8.	Rahmadi Ahmad (Skripsi, 2021)	Analisis Faktor Kegunaan, Kepercayaan, Dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara)	Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel independen yaitu Kepercayaan dan variabel dependen minat penggunaan Perbedaan: Penelitian ini menggunakan variabel independen lain dan menggunakan objek Mobile Banking	Regresi Linear Berganda	Variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara) ⁷⁸
9.	Fani Fatonah dan Christiawan Hendratmoko (Jurnal 2020)	Menguji Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Menggunakan <i>E-Money</i>	Persamaan: Menggunakan variabel independen yaitu kepercayaan, Variabel independen yaitu minat menggunakan	Regresi linear berganda	Kepercayaan berpegaruh positif signifikan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan <i>E-Money</i> ⁷⁹

⁷⁸ Rahmadi Ahmad, “Analisis Faktor Kegunaan, Kepercayaan, Dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara)” *Skripsi* (Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021).

⁷⁹Christiawan Hendratmoko Fani Fatonah, “Menguji Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Menggunakan *E-Money*,” *Jurnal Manajemen* Vol.12 No (2020): 211.

			Perbedaan: Menggunakan variabel fitur layanan, persepsi resiko		
10.	Mira Misissaifi (skripsi, 2020)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan <i>Fintech Syariah</i>	Persamaan: Menggunakan variabel independen yaitu kepercayaan, persepsi kemudahan, Variabel independen yaitu minat menggunakan Perbedaan: Objek yang diteliti <i>fintech syariah</i>	Regresi linear berganda	1. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif Terhadap Minat Menggunakan <i>Fintech Syariah</i> 2. Variabel kepercayaan berpengaruh positif Terhadap Minat Menggunakan <i>Fintech Syariah</i> 3. Literasi keuangan berpengaruh signifikan Terhadap Minat Menggunakan <i>Fintech Syariah</i>
11.	Nabil Muhammad, Veny Suci Asih (Jurnal, 2020)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Mahasiswa UIN Sunan Gununf	Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel independen yaitu	Regresi Linear Berganda	Variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan sistem <i>Financial Technology</i> ⁸⁰

⁸⁰Veny Suci Asih Nabil Muhammad, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Mahasiswa UIN Sunan Gununf Jati Terhadap Penggunaan Sistem *Financial technology*," *Jurnal MAPS*, n.d. (2022).

		Jati terhadap Penggunaan sistem <i>Financial Technology</i>	literasi keuangan dan variabel dependen minat penggunaan Perbedaan: Penelitian ini tidak menggunakan variabel persepsi kemudahan dan kepercayaan		
12.	Muhammad Saleh dan Fatimah Sari (2020)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Pembelajaran Keuangan Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi terhadap penggunaan <i>Fintech</i>	Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel independen yaitu literasi keuangan Perbedaan: Penelitian ini tidak menggunakan variabel dependen minat peggungan	Regresi linear berganda	Variabel literasi berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan sistem <i>Financial Technology</i> ⁸¹
13.	Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati (Jurnal 2020)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan <i>E-wallet</i> pada	Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel independen yaitu kepercayaan dan persepsi kemudahan	Regresi linear berganda	1. Variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan <i>E-wallet</i> pada Generasi Milenial Kota Semarang

⁸¹ Muhammad Saleh, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pembelajaran Keuangan Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi Terhadap Penggunaan Fintech."

		Generasi Milenial Kota Semarang	variabel dependen minat penggunaan Perbedaan; Objek menggunakan e-wallet		2. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan <i>E-wallet</i> pada Generasi Milenial Kota Semarang ⁸²
14.	Ghina Qothrunna da Eltin Skripsi (2019)	Pengaruh literasi keuangan, kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi <i>fintech</i>	Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel independen yaitu kepercayaan dan persepsi kemudahan Perbedaan: Penelitian ini tidak menggunakan variabel dependen minat peggungan	Regresi linear berganda	1. Variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi <i>fintech</i> 2. Variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi <i>fintech</i> 3. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap niat

⁸²Inaya Sari Melati Siti Rodiah, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang," *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship* Vol 2. No. (2020), <https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>.

					berperilaku dalam mengadopsi <i>fintech</i> ⁸³
15.	Mario Ledesman (Skripsi, 2018)	Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Bsm Cabang Bandar Jaya)	Persamaan: Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel independen yaitu persepsi kemudahan, Kepercayaan dan variabel dependen minat penggunaan Perbedaan: Penelitian ini tidak menggunakan variabel literasi keuangan dan menggunakan objek <i>Mobile Banking</i>	Regresi Linear Berganda	Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan <i>mobile banking</i> ⁸⁴

Sumber : Data diolah 2023

C. Kerangka Berfikir

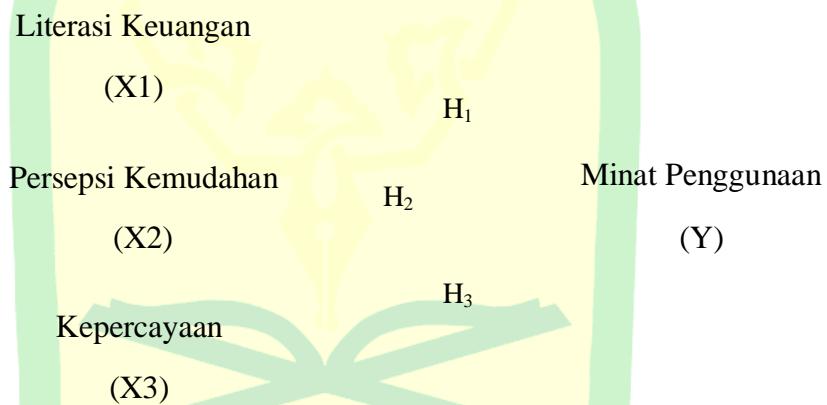
Kerangka berfikir adalah model konseptual yang menggambarkan bagaimana teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang sudah

⁸³ Ghina Qothrunnada Eltin, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Berperilaku Dalam Mengadopsi *Fintech*" (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung, 2019).

⁸⁴ Mario Ledesmana, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada Bsm Cabang Bandar Jaya)" *Skripsi* (Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

diidentifikasi sebagai masalah penting yang akan diteliti.⁸⁵ Dengan menggunakan kerangka berfikir yang baik maka dapat menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti.

Kerangka berfikir dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Payment* Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo” yaitu sebagaiberikut:



Gambar 2.1
Kerangka berfikir

Keterangan:

- = Berpengaruh secara parsial
- = Berpengaruh secara simultan

D. Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi/dugaan sementara yang belum tentu kebenarannya tentang jawaban karakteristik suatu populasi, sehingga

⁸⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 60.

hipotesis perlu untuk diuji kebenarannya.⁸⁶ Hipotesis dilakukan berdasar hasil penelitian yang didapat pada sampel dari suatu populasi penelitian. Berdasarkan paparan diatas, hasil penelitian terdahulu dan kerangka berfikir, maka dapat diajukan beberapa hipotesis yang telah dirumuskan sebagaimana berikut ini:

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology (Fintech) Payment* pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo

Dalam teori *financial behaviour*, menyatakan bahwa seseorang yang memiliki perilaku keuangan baik, maka dia akan jauh lebih efektif dan bijak dalam menggunakan aktivitas keuangan sehingga dapat menyejahterakan hidupnya.⁸⁷

Hasil penelitian dari Selvy Diana putri, “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *Fintech Payment (Paylater)* Pada *Shopee*”, menyatakan bahwa berdasar uji hipotesis Variabel literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini menjelaskan apabila semakin tinggi literasi keuangan maka akan mengakibatkan semakin tinggi pula minat penggunaannya.

⁸⁶Irianto Aritonang, *Aplikasi Statistika Dalam Pengolahan Dan Analisis Data Kesehatan*, Cetakan Ke 1 (Yogyakarta: Media Pressindo, 2005), 84.

⁸⁷Yuliani, “The Effect Of Financial Knowledge On Financial Literacy With Mediated By Financial Behavior In Society Of Palembang City South Sumatra,” *Jurnal Ilmiah Manajemen* 9 No. (2019): 23.

Berdasarkan paparan diatas, peneliti membuat hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech) Payment pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo*

H_1 : *Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan financial technology (fintech) Payment pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.*

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan *financial technology (fintech) Payment* pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo

Kemudahan memberikan indikasi sistem yang dirancang kompleks untuk memudahkan penggunaan dan tidak membuat sulit aktifitas pengguna. Persepsi kemudahan dapat mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan sebuah sistem tersebut.⁸⁸

Hasil penelitian dari Mario Ledesmana, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada Bsm Cabang Bandar Jaya)” menyatakan bahwa berdasar uji hipotesis Variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini menjelaskan apabila

⁸⁸Dian Lestari, “Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking”, *Skripsi* (Universitas Brawijaya, 2018).

semakin tinggi literasi keuangan maka akan mengakibatkan semakin tinggi pula minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Berdasarkan paparan diatas, peneliti membuat hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan financial technology (fintech) Paymentpada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo .*

H_2 : *Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan financial technology (fintech) Paymentpada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo.*

3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan *financial technology (fintech) Payment* pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo.

Dalam teori *planed Behavior (TPB)*, Ajzen menjelaskan bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi seseorang untuk mempunyai keinginan menggunakan teknologi.⁸⁹ Kepercayaan memberikan indikasi perasaan yakin akan sesuatu dalam hal ini yakin terhadap kredibilitas sistem *fintech* dan segala data diri yang bersifat personal tidak akan disalahgunakan dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga hal ini mendorong seseorang untuk percaya terhadap sistem yang terdapat dalam *fintech*.

⁸⁹Ajzen, "The Theory of Planed Behavior," *Jurnal Processes* Vol. 50 No (1991): 179.

Hasil penelitian dari Rahmadi Ahmad, “Analisis Faktor Kegunaan, Kepercayaan, Dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Pada Generasi Mileneal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara)”, menyatakan bahwa berdasar uji hipotesis Variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya. Hal ini menjelaskan apabila semakin tinggi kepercayaan maka akan mengakibatkan semakin tinggi pula minat terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada generasi milenial.

Berdasarkan paparan diatas, peneliti membuat hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech) Payment pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo.*

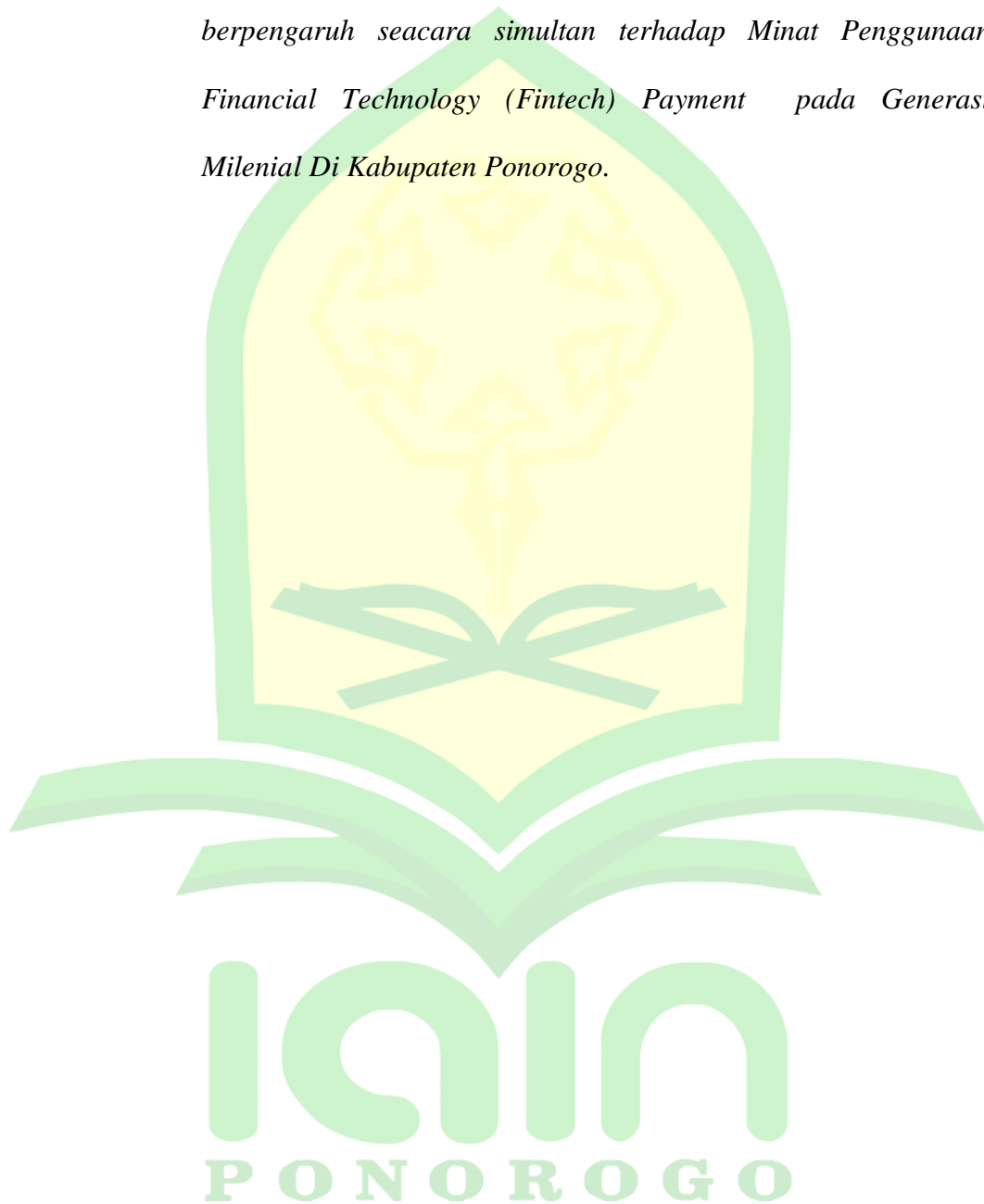
H_3 : *Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech) Payment pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo.*

4. Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology (fintech) Payment* pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo

H_0 : *Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan tidak berpengaruh secara simultan terhadap Minat Penggunaan*

*Financial Technology (Fintech) Payment pada Generasi Milenial
Di Kabupaten Ponorogo.*

*H₄ : Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan
berpengaruh secara simultan terhadap Minat Penggunaan
Financial Technology (Fintech) Payment pada Generasi
Milenial Di Kabupaten Ponorogo.*



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini berkaitan dengan pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *financial technology (fintech) Payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo. Berdasarkan tujuannya, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian survei dan dikategorikan kedalam penelitian pengujian hipotesis. Penelitian survei adalah penelitian menggunakan kuisisioner dimana sebagai instrumen penelitiannya. Kuisisioner merupakan sebuah lembar pertanyaan yang terstruktur dan baku.⁹⁰

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif didasarkan pada asumsi bahwa gejala yang dapat diklasifikasikan dan memiliki hubungan antar gejala bersifat sebab-akibat.⁹¹ Peneliti dapat fokus pada beberapa variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Analisis ini terdapat tiga variabel independen, yaitu literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan, serta variabel dependen yaitu minat penggunaan. Data yang diperoleh bersifat kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data berbentuk angka.⁹²

⁹⁰Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008).

⁹¹Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007).

⁹²Sugiyono.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

a. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan atribut atau nilai dari orang, benda, atau aktivitas yang mempunyai macam dan dipilih oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁹³ Berdasarkan penjelasan hipotesis, maka variabel dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu variabel independen (variabel bebas) yangmana akan diberi tanda “X”, dan variabel dependen (variabel terikat) yangmana akan diberi tanda “Y”. Variabel bebas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau menyebabkan perubahannya atau terjadinya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang akan mempunyai akibat, karena adanya variabel bebas tersebut.

Penelitian ini, variabel dependen adalah minat penggunaan *fintech payment* pada generasi milenial, sedangkan variabel independen terdiri dari literasi keuangan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), dan Kepercayaan (X3). Untuk melakukan penelitian maka diperlukan batasan-batasan operasional pada variabel-variabel.

b. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan pada sifat yang diamati dari variabel tersebut.⁹⁴ Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel yang meliputi variabel dependen dan

⁹³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017),38.

⁹⁴Ibid.

variabel independen. Untuk gambaran definisi operasional dari variabel yang akan diteliti dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	No. Butir	Sumber
1.	Minat Penggunaan (Y)	Keinginan seseorang untuk melakukan suatu kegiatan dalam jangka panjang	1. Keinginan untuk menggunakan 2. Selalu mencoba menggunakan 3. Berlanjut di masa yang akan datang	1,2 3,4 5,6	Priambodo &Prabawani (2015)
2.	Literasi Keuangan (X1)	Kemampuan individu dalam membaca, memahami, dan menganalisis informasi terkait keuangan pribadi untuk mencapai perilaku keuangan yang sehat.	1. Memiliki pengetahuan tentang perhitungan keuangan 2. Memiliki minat dari diri sendiri untuk memperbaiki pengetahuan keuangan 3. Orientasi perilaku keuangan untuk menghabiskan dan menabung uang.	7,8 9,10 11, 12	Suryani (2017)
3.	Persepsi	Sejauh mana	1. Layanan <i>Fintech</i>	13,14	Muhamma

	Kemudahan (X2)	seseorang percaya bahwa sistem layanan <i>fintech</i> tidak bergantung pada upaya ketika diterapkan dalam aktivitas	<p>mudah dipelajari</p> <p>2. Layanan <i>Fintech</i> mudah digunakan</p> <p>3. Layanan <i>Fintech</i> mudah dimengerti</p>	<p>15,16</p> <p>17,18</p>	d Wildan (2019)
4.	Kepercayaan (X3)	Kepercayaan adalah kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang dipercaya dengan menjalin hubungan jangka panjang diantara pihak	<p>1. Keyakinan pada layanan</p> <p>2. Persepsi kualitas layanan</p> <p>3. Persepsi kredibilitas (keamanan) layanan</p>	<p>19,20</p> <p>21,22</p> <p>23,24</p>	Chuang et.l (2016)

Sumber : Data diolah 2023

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan sebuah tempat informasi tentang data yang diperlukan dan berlangsungnya penelitian yang sedang dilakukan.. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di wilayah Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Alasan peneliti mengambil tempat penelitian ini karena Kabupaten Ponorogo sedang melaksanakan program digitalisasi

dalam bentuk kerjasama pemerintah dan masyarakat dalam menghadapi transformasi era digital. Program ini disalurkan hingga pelosok kabupaten dengan harapan masyarakat mulai menggunakan layanan internet. Selain itu telah banyak pembayaran yang tersedia diberbagai lokasi pembelanjaan, pembayaran token listrik hingga pajak di Kabupaten Ponorogo sudah menerapkan sistem pembayaran menggunakan *barcode (Qris.)*⁹⁵ Dari sini dapat dilihat bukti bahwa perkembangan digital teknologi dan informasi terus terjadi dan mengalir dari segala sisi tanpa memandang status sosial yang dimiliki dan setiap orang khususnya daerah kabupaten dapat menggunakan layanan internet dan produk digital teknologi keuangan yang mendukung aktifitas seseorang dalam kesehariannya berupa fasilitas yang diberikan langsung oleh Pemerintah Kabupaten Ponorogo tersebut.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah umum yang terdiri dari objek dan subjek dengan ciri-ciri khusus yang ditentukan oleh peneliti yang dapat dipelajari dan disimpulkan.⁹⁶ Populasi pada penelitian ini adalah generasi milenial yang memiliki usia saat ini 27 - 42 tahun. Alasan peneliti memilih populasi ini karena pada generasi milenial tercatat pengguna *fintechPayment* terbanyak dan sudah menjadi budaya

⁹⁵Kominfo Ponorogo, "Tingkatkan Layanan Digital Melalui Teknologi Keuangan Hingga Pelosok," 2023, dalam <https://ponorogo.go.id/2023/05>. (diakses pada tanggal 15 Agustus 2023)

⁹⁶Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*.

dalam kehidupannya yang didukung dengan kemajuan teknologi. Berdasar survei AFTECH tercatat sebesar 63% pengguna *fintechPayment* adalah generasi milenial.⁹⁷ Khususnya di Kabupaten Ponorogo sudah berdiri banyak universitas dengan rata-rata generasi milenial membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Berdasar data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Ponorogo jumlah generasi milenial sebanyak 110.500 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sekelompok kecil orang yang dikumpulkan menurut prosedur tertentu dan mewakili sebagian dari populasi yang diteliti atau seluruh populasi, tergantung pada seberapa banyak karakteristik yang dimiliki populasi tersebut.⁹⁸ *Simple Random Sampling* adalah pengambilan sampel yang sederhana dengan cara yang adil dimana semua responden memiliki kesempatan sama untuk terpilihnya menjadi responden.⁹⁹ Penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling* dengan pemilihan acak dari segmen terkecil dari total anggota populasi. Jumlah sampel dapat diperoleh menggunakan rumus:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

⁹⁷ AFTECH, “*Fintech Talk Innovative Potential of AI and ML for Fintech KYC*,” 2021, <https://fintech.id/id>.

⁹⁸ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 64.

⁹⁹ bagus sumargo, *Teknik Sampling, cetakan pertama* (Jakarta Timur: UNJ Press, 2020).

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

d= Presesi (10%)

Dari rumus diatas maka diperoleh perhitungan:

$$n = \frac{110500}{110.500 \cdot 0.1^2 + 1}$$

$$n = \frac{110.500}{1.106}$$

$$n = 99.90$$

$$= 100$$

Hasil dari perhitungan diatas, jumlah sampel yang diambil peneliti yaitu sebesar 100 responden yaitu generasi milenial dengan rentang usia 27-42 tahun di Kabupaten Ponorogo.

E. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berisi kumpulan angka-angka yang berkaitan dengan pengamatan dan diukur secara statistik dengan uji statistik.¹⁰⁰ Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Adapun pengertian sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari responden survei dengan menggunakan

¹⁰⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*

kuesioner.¹⁰¹ Dalam penelitian ini data primer yang digunakan untuk meneliti yaitu dari sampel responden.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber akurat dan legal.¹⁰² Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari hasil data Badan Pusat Statistik (BPS). Sumber data yang peneliti gunakan adalah data primer yang telah disebarkan sebanyak 100 orang yang termasuk generasi milenial sekaligus dijadikan sebagai responden peneliti.

F. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian, data harus dikumpulkan sebagai dasar pengambilan keputusan dan arahan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan instrumen berupa daftar pertanyaan atau pertanyaan tertulis yang harus diisi atau dijawab oleh responden yang dipilih secara acak sesuai petunjuk pengisian.¹⁰³

Penelitian ini menggunakan angket tertutup, yaitu angket yang dijawab sendiri oleh peneliti, sehingga responden hanya tinggal memilih satu jawaban saja. Kuesioner ini akan diberikan kepada sampel terpilih generasi milenial di wilayah Ponorogo. Kuisisioner digunakan untuk

¹⁰¹Trygu, *Studi Literatur Problem Based Learning Untuk Masalah Motivasi Bagi Siswa Dalam Belajar Matematika* (Jakarta: Guepedia, 2020), 26.

¹⁰²Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 68.

¹⁰³Wina Sanjaya, *Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 213.

memperoleh data mengenai pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *fintech* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan digunakan peneliti untuk mengumpulkan data guna memudahkan penelitian dan memberikan hasil yang berkualitas, akurat, lengkap dan terstruktur dengan baik untuk memudahkan pengolahan data.¹⁰⁴ Banyaknya instrumen digunakan peneliti tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Instrumen yang digunakan berupa kuisisioner yang berisikan daftar pertanyaan sebagaimana terlampir.

Penelitian ini menggunakan instrumen angket, dengan penilaian berdasarkan *skala Likert* menggunakan empat kemungkinan tanggapan. Skala *likeirt* dibuat untuk mengukur sika, pendapat, persepsi seseorang tentang suatu objek fenomena dengan menggunakan indikator variabel. Kemudian dijadikan tolak ukur menyusun pertanyaan instrumen.¹⁰⁵

Responden hanya mengisi satu pilihan pada kolom jawaban yang tersediasesuai dengan keadaan masing-masing. Penilaian skor setiap jawaban pada tabel berikut ini :

Tabel 3.2

Sistem penilaian Metode Kuisisioner

Jawaban Alternatif	Skor
--------------------	------

¹⁰⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka cipta, 2013).

¹⁰⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Validitas

Validitas mengacu pada konsistensi antara data yang dikumpulkan di lapangan dengan data yang tersedia bagi peneliti. Uji validitas menilai apakah suatu kuesioner valid atau tidak.¹⁰⁶ Kuisisioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan mampu mengungkap sesuatu yang akan diungkapkan oleh kuisisioner tersebut. Hasil pengukuran mencerminkan keakuratan sebenarnya dari kondisi yang diukur. Alat yang valid mempunyai validitas yang tinggi, dan sebaliknya alat yang validitasnya rendah maka validitasnya rendah.¹⁰⁷ Untuk menguji validitas tersebut digunakan alat ukur menggunakan *statistical product and service solution* (SPSS). Pada penelitian ini dalam pengujian validitas menggunakan rumus korelasi product moment.

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2 y^2)}} \quad \text{Rumus 6.1}$$

Keterangan:

$$x = X - \bar{X}$$

$$y = Y - \bar{Y}$$

¹⁰⁶Sugiyono.

¹⁰⁷Model Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan Spss* (Jakarta: Mediakom, 2010).

$X = \text{skor mean dari } X$

$Y = \text{skor mean dari } Y$

Peneliti menggunakan tingkat signifikan 5% sebagai pedoman untuk memilih item. Item dengan nilai Signifikansi lebih besar dari 0,05 tidak akan digunakan dalam penelitian. Pengujian signifikan dilakukan dengan r tabel. Dalam data penelitian ini menggunakan 30 orang responden pertama, maka nilai dari R_{tabel} yaitu 0,361. Dengan menggunakan nilai $R_{\text{hitung}} > R_{\text{tabel}}$ maka item pada pernyataan dinyatakan valid.

2. Reliabilitas

Menurut Arikunto, reabilitas merupakan instrumen yang baik, maka dapat diandalkan sebagai alat pengumpulan data.¹⁰⁸ Alat yang andal memberikan informasi yang andal. Uji reliabilitas ini dapat dilakukan dengan melakukan tes ulang atau pengujian ulang dengan instrumen tes yang sama yang dikembangkan pada waktu yang berbeda. Jika data yang digunakan akurat, maka sejumlah data yang didapat akan menghasilkan temuan yang sama. Istilah "keandalan" berkaitan dengan sejauh mana sesuatu dapat dipercaya¹⁰⁹ Pada penelitian ini menggunakan rumus Alpha. Rumus Alpha digunakan untuk mengetahui sifat dari instrument tersebut reliabel atau tidak, rumus sebagai berikut :

¹⁰⁸ Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*.

¹⁰⁹ Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan* (Yogyakarta: Prasadapress, 2017).

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t} \right\}$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

s_i = jumlah varians butir

s_t = varians total

Secara umumnya reliabilitas instrumen diketahui dari nilai *cronbach's alpha* pada *reliability statistic* sebagai patokan dalam mendeskripsikan korelasinya pada setiap variabel yang ada dengan menggunakan Batas 0,6 untuk menentukan instrumen pada pengujian ini reliabel atau tidak. Jika *Cronbach Alpha* < 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel, belaku sebaliknya. Jika *Cronbach Alpha* > 0,6, maka item tersebut reliabel.¹¹⁰

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Menurut Sugiyono Teknik analisis data adalah proses mencari data, mengklasifikasikan data dari transkrip wawancara, catatan lapangan, kuesioner yang dibagikan di lapangan dan dokumen, kemudian menganalisis dan mensintesis data tersebut.¹¹¹ peneliti menggunakan Teknik pengolahan dan analisis data sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

¹¹⁰Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Ed. Erlangga (Jakarta, 2007).

¹¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

a. Uji Normalitas

Digunakan untuk menguji apakah nilai residual dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Uji ini dilakukan dengan uji *kolmogrov Smirnov* . hipotesis yang digunakan:

$H_0 = \text{residual berdistribusi normal}$

$H_1 = \text{residual tidak berdistribusi normal}$

Diketahui:

- jika nilai signifikansi (p_{value}) > 0,05 maka H_0 diterima yang artinya normalitas terpenuhi
- jika nilai signifikansi (p_{value}) > 0,05 maka H_0 ditolak, artinya normalitas tidak terpenuhi

b. Uji Linearitas

Hal ini digunakan untuk memeriksa apakah nilai residual atau tidak.¹¹² Adapun prasyarat penggunaan pada analisis regresi dan korelasi, yaitu:

- Jika nilai sig. > 0,05, maka variabel memiliki hubungan linear
- Jika nilai sig. < 0,05, maka variabel memiliki hubungan tidak linear

c. Uji Autokorelasi

¹¹²Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Uji asumsi autokorelasi digunakan model regresi linier untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara confounder pada periode t dan error pada periode t-1 (sebelum).¹¹³ Peneliti menggunakan rumus *Durbin Watson d Test*:

$H_0 = \text{tidak terjadi autokorelasi}$

$H_1 = \text{terjadi autokorelasi}$

Ketentuan:

- Jika $(a-dl) < dw < dl$, maka tidak terjadi autokorelasi
- Jika $dw < dl$, koef korelasi > 0 , maka terjadi autokorelasi positif
- Jika $dw > (a-dl)$, koef korelasi < 0 , maka terjadi autokorelasi negatif
- Jika $(a-du) > dw > (a-dl)$, maka hasil tidak dapat disimpulkan

d. Uji Multikolinearitas

Model regresi digunakan untuk menguji apakah ditemukan korelasi antara variabel independen peneliti. Jika terjadi korelasi disebut problem/multipoint¹¹⁴, hal ini dapat dilihat dari nilai *varianceinflation factor (vif)*, dan besaran korelasi antar variabel independen.

¹¹³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

¹¹⁴Model Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan Spss* (Jakarta: Mediakom, 2010), 70.

$H_0 = \text{tidak terjadi multikolinearitas}$

$H_1 = \text{terjadi multikolinearitas}$

e. Uji Heterokedastisitas

Digunakan untuk mengetahui varian dari residual yg sama pada semua model regresi. Dengan hipotesa:

$H_0 = \text{tidak terjadi Heterokedastisitas}$

$H_1 = \text{terjadi Heterokedastisitas}$

Keterangan:

- Jika (p-value) > 0.05 (alpha 5%), maka varian residual homogen/ terjadi heterokedastisitas
- Jika (p-value) < 0.05 (alpha 5%), maka varian residual/ tidak terjadi heterokedastisitas

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Hal ini untuk mendapati hubungan matmatis dalam suatu persamaan anatar varaiabel berikat tunggal dengan variabel bebas tuggal. Regresi ini memiliki satu peubah X yang dihubungkan dengan Y¹¹⁵. Rumus:

$$Y = a + b.X + \text{error}$$

Keterangan:

Y = Minat Penggunaan

X = Literasi Keuangan/Persepsi Kemudahan/Kepercayaan

¹¹⁵Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

$e = \text{standart error}$

a dan b = Konstanta

3. Analisi Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah jenis analisis di mana variabel terikat dikaitkan dengan seluruh variabel bebas yang akan diteliti untuk melihat hubungannya yang tetap linier.¹¹⁶ Analisis digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel, apakah bersifat pengaruh positif atau negative. Variabel bebas yaitu (X_1) Literasi Keuangan, (X_2) Persepsi Kemudahan, (X_3) Kepercayaan, sedangkan variabel (Y) adalah Minat Penggunaan. Secara sistematis dinyatakan dalam bentuk persamaan statistic sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

Dimana:

Y = Minat Penggunaan

X_1 = Literasi Keuangan

X_2 = Persepsi Kemudahan

X_3 = Kepercayaan

a = Konstanta

b = Koefesiensi regresi

e = eror term, (asumsi=0)

4. Uji Hipotesis

¹¹⁶Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*.

a. Uji-T

Kemampuan masing-masing variabel independen untuk mempengaruhi variabel dependen ditentukan menggunakan uji ini pada level signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$).¹¹⁷

Dengan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah :

$$t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2; n-k-1)$$

Dimana:

a=Tingkat kepercayaan 0,05

n= Jumlah sampel

k= Jumlah variabel X

- Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak
- Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima

Jika berdasarkan signifikan 0,05, maka:

- Jika signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak
- Jika signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima

5. Uji F (simultan)

Digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen (X_1, X_2, X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara bersama-sama dengan $\alpha = 0,05$. Kriteria pengujiannya dengan menggunakan besar taraf signifikansi 5% :

$$F_{\text{tabel}} = F(k; n-k)$$

¹¹⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

Dimana:

k= jumlah variabel bebas

n= jumlah sampel

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $p < 0.05$, maka H_0 ditolak
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau $p > 0.05$, maka H_0 diterima

6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan Untuk mengukur persentase perubahan variabel dependn yang disebabkan oleh variabel independen.¹¹⁸

R^2 adalah angka yang membentang dari 0 hingga 1 dan dihitung menggunakan kaidah berikut :

- Jika nilai R^2 mendekati 1, maka pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen (Y) menjadi lebih kuat.
- Jika angka R^2 mendekati 0, maka pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen (Y) lemah.¹¹⁹

¹¹⁸Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

¹¹⁹Teguh Wahyono Nawari, *Analisis Regresi Dengan MS Excel 22007 Dan SPSS 17* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

1. Profil Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan peneliti dalam menjalankan penelitian ini meliputi generasi milenial pengguna *fintech* di Kabupaten Ponorogo. Generasi milenial merupakan sebuah generasi yang meliputi sekelompok orang dengan rentang usia 23-40 tahun. Generasi ini memiliki corak yang menjadikannya sebagai ciri khas yaitu berhubungan dengan teknologi informasi modern. Generasi ini menjadikan transformasi teknologi informasi digital sebagai andalan jalan utama dalam aktivitasnya, khususnya dalam perlakuan keuangan. Sehingga dalam kondisi dimana dan kapan saja generasi ini dapat dengan mudah mengakses teknologi informasi digital dengan syarat harus terhubung dengan internet. Kemudahan ini menjadikan gaya hidup generasi milenial berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka dapat memenuhi kebutuhannya hanya dengan menjalankan layanan digital, salah satunya produk layanan *fintech*. Bahkan banyak dari mereka memanfaatkan inovasi produk ini dalam membantu mendapatkan modal awal usaha mereka, sehingga hal ini diharapkan mampu mendukung taraf hidup meningkat.

Generasi milenial turut andil dalam pemanfaatan teknologi

informasi yang terus berkembang setiap harinya, salah satunya pada penggunaan produk layanan *fintechpayment* sebagai solusi mempercepat transaksi keuangan dengan cara transaksi non-tunai (*cashless-transaction*). Oleh karena itu, peneliti telah melakukan penelitian dengan menggunakan kuesioner pada 100 orang responden generasi milenial pengguna *fintech*.

B. Hasil Pengujian Instrumen

Pada penelitian pertama dilakukan pengujian data awal atau disebut sebagai data uji coba yang telah dikumpulkan dahulu. Responden yang dipilih yaitu generasi milenial pengguna *fintechpayment* di Kabupaten Ponorogo. Data dihasilkan dari hasil jawab pernyataan yang telah diberikan kepada 30 responden secara acak. Pengujian meliputi uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS25.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji dan menganalisis tingkat kevalidan instrumen pernyataan yang telah disebarkan kepada 30 responden pertama dalam bentuk kuesioner menggunakan uji statistik SPSS 25. Suatu penelitian dikatakan valid apabila instrumen yang diuji memiliki output nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{tabel} pada $N=30$ adalah 0,361.¹²⁰

a. Variabel Minat Penggunaan (Y)

Tabel 4.1
Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Penggunaan (Y)

No.	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
-----	------	--------------	-------------	-----------

¹²⁰Tukiran Taniredja, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)* (Yogyakarta: Ekatama, 2014).

	Pertanyaan			
1.	Y.1	0,626	0,361	Valid
2.	Y.2	0,773	0,361	Valid
3.	Y.3	0,833	0,361	Valid
4.	Y.4	0,844	0,361	Valid
5.	Y.5	0,773	0,361	Valid
6.	Y.6	0,799	0,361	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.1 diketahui bahwa 6 item pernyataan variabel minat penggunaan (Y), r_{hitung} masing-masing bernilai 0,626 (Y.1), 0,773 (Y.2), 0,833 (Y.3), 0,844 (Y.4), 0,773 (Y.5), 0,799 (Y.6) $> 0,361$ (r_{tabel}). Sehingga semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian pada variabel minat penggunaan (Y).

b. Variabel Literasi Keuangan (X1)

Tabel 4.2
Hasil Pengujian Validitas Variabel Literasi Keuangan (X1)

No.	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
1.	X1.1	0,750	0,361	Valid
2.	X1.2	0,650	0,361	Valid
3.	X1.3	0,783	0,361	Valid
4.	X1.4	0,896	0,361	Valid
5.	X1.5	0,666	0,361	Valid
6.	X1.6	0,719	0,361	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.2 diketahui bahwa 6 item pernyataan variabel Literasi Keuangan (X1), r_{hitung} masing-masing bernilai 0,750 (X1.1), 0,650 (X1.2), 0,783 (X1.3), 0,896 (X1.4), 0,666 (X1.5), 0,719

$(X1.6) > 0,361$ (r_{tabel}). Sehingga semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian pada variabel literasi keuangan (X1).

c. Variabel Persepsi Kemudahan (X2)

Tabel 4.3
Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X2)

No.	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
1.	X2.1	0,697	0,361	Valid
2.	X2.2	0,729	0,361	Valid
3.	X2.3	0,803	0,361	Valid
4.	X2.4	0,855	0,361	Valid
5.	X2.5	0,667	0,361	Valid
6.	X2.6	0,734	0,361	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.3 diketahui bahwa 6 item pernyataan variabel Persepsi Kemudahan (X2), r_{hitung} masing-masing bernilai 0,697 (X2.1), 0,729 (X2.2), 0,803 (X2.3), 0,855 (X2.4), 0,667 (X2.5), 0,734 (X2.6) $> 0,361$ (r_{tabel}). Sehingga semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian pada variabel Persepsi kemudahan (X2).

d. Variabel Kepercayaan (X3)

Tabel 4.4
Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan (X3)

No.	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
1.	X3.1	0,773	0,361	Valid
2.	X3.2	0,866	0,361	Valid

3.	X3.3	0,887	0,361	Valid
4.	X3.4	0,864	0,361	Valid
5.	X3.5	0,828	0,361	Valid
6.	X3.6	0,714	0,361	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.1 diketahui bahwa 6 item pernyataan variabel Kepercayaan (X3), r_{hitung} masing-masing bernilai 0,773 (X3.1), 0,866 (X3.2), 0,887 (X3.3), 0,864 (X3.4), 0,828 (X3.5), 0,714 (X3.6) $>$ 0,361 (r_{tabel}). Sehingga semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian pada variabel Kepercayaan (X3).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan pada item pernyataan yang sebelumnya sudah dinyatakan valid pada pengujian sebelumnya. Data memiliki konsistensi dan dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* $>$ 0,60. Jika *cronbach's alpha* $<$ 0,60, maka data dinyatakan tidak reliabel.¹²¹

Tabel 4.5
Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	<i>cronbach's alpha</i>	Batas	Keputusan
1.	Minat Penggunaan (Y)	0,867	0,60	Reliabel
2.	Literasi Keuangan (X1)	0,839	0,60	Reliabel
3.	Persepsi Kemudahan (X2)	0,842	0,60	Reliabel
4.	Kepercayaan (X3)	0,904`	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

¹²¹Ridwan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2017).

Berdasarkan tabel 4.5 diatas diketahui bahwa nilai dari masing-masing *cronbach's alpha* variabel Minat Penggunaan (Y) 0,867, Literasi Keuangan (X1) 0,839, Persepsi Kemudahan (X2) 0,842, Kepercayaan (X3) 0,904 > 0,60, sehingga dapat diputuskan semua item pernyataan pada penelitian yang diajukan pada kuesioner sudah reliabel atau memiliki konsistensi.

Setelah dilakukan pengujian awal menunjukkan bahwa seluruh item instrumen telah valid dan reliabel sehingga dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data penelitian pada tahap selanjutnya.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

Karakteristik Responden pada penelitian ini terbagi berdasarkan:

1. Jenis Kelamin

Jumlah keseluruhan data terkait jenis kelamin responden generasi milenial pengguna *fintech* di Kabupaten Ponorogo yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.6

Output Hasil Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki – Laki	42 orang	42%
Perempuan	58 orang	58%
Jumlah Seluruhnya	100 orang	100%

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa jenis kelamin dari responden generasi milenial pengguna *fintechpayment* di Kabupaten Ponorogo yaitu laki-laki sebanyak 42 orang atau dalam bentuk presentase sebesar 42%, dan perempuan sebanyak 58 orang atau dalam bentuk presentase sebesar

58%, sehingga total dari keseluruhannya yaitu 100 orang atau 100% dalam presentasinya. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial pengguna *fintech* di Kabupaten Ponorogo didominasi oleh jenis kelamin perempuan.

2. Usia

Pada usia, peneliti menentukan rentang usia mulai dari umur 23 tahun sampai umur 40 tahun yang termasuk usia generasi milenial. Data mengenai umur responden pada penelitian ini merupakan usia generasi milenial pada tahun saat ini.

Tabel 4.7
Output Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Rentang Usia	Jumlah	Presentase
1.	23-28 Tahun	53 orang	53%
2.	29-34 Tahun	40 orang	40%
3.	35-40 Tahun	7 orang	7%
Jumlah Keseluruhan		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, diketahui bahwa responden generasi milenial di Kabupaten Ponorogo di rentang usia 23-28 tahun sebanyak 53 orang dengan presentase sebesar 53%, pada rentang usia 29-34 tahun sebanyak 40 orang dengan presentase sebesar 40%, kemudian pada rentang usia 35-40 tahun sebanyak 7 orang dengan presentase sebesar 7%, sehingga dari hasil data yang diperoleh dapat diketahui bahwa mayoritas pengguna *fintechpayment* pada rentang usia 23-28 tahun yaitu sebanyak 53 orang dengan presentase sebesar 53%.

3. Pengalaman Menggunakan *Fintech Payment*

Lama waktu menggunakan *fintechpayment* menunjukkan seberapa lama pengalaman yang telah didapatkan. Peneliti membuat rentang waktu dalam satuan tahun sebagai berikut:

Tabel 4.8
Output Hasil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

No.	Rentang Tahun Penggunaan	Jumlah	Presentase
1.	<1 tahun	18 orang	18%
2.	1-2 tahun	18 orang	18%
3.	2-3 tahun	28 orang	28%
4.	>3 tahun	36 orang	36%
Jumlah Keseluruhan		100 orang	100%

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, diketahui bahwa pengalaman responden generasi milenial di Kabupaten Ponorogo dalam penggunaan *fintechpayment* pada rentang waktu kurang dari 1 tahun sebanyak 18 orang dengan presentase sebesar 18%, kemudian pada rentang waktu 1 sampai 2 tahun sebanyak 18 orang dengan presentase sebesar 18%, pada rentang 2 sampai 3 tahun sebanyak 28 orang dengan presentase sebesar 28%, dan pada rentang waktu lebih dari 3 tahun sebanyak 36 orang dengan presentase sebesar 36%. Sehingga generasi milenial dalam menggunakan *fintechpayment* waktu yang paling banyak sebagai pengalamannya yaitu selama 3tahun lebih.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *kolmogrov*

smirnov. Digunakan guna menguji dan menganalisis residual yang diperoleh apakah memiliki nilai terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat nilai dari signifikansinya. Jika nilai sig. > 0,05 maka residual berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai sig < 0,05 maka residual tidak berdistribusi normal.¹²² Hasil pengujian normalitas sebagai berikut:

Tabel 4.9
Output Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,96989688
Most Extreme Differences	Absolute	,049
	Positive	,031
	Negative	-,049
Test Statistic		,049
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, diketahui nilai signifikansi data sebesar $0,200 > 0,05$, maka hal ini menunjukkan residual berdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual variabel berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas pada penelitian ini digunakan untuk menguji dan menganalisis bentuk hubungan yang terjadi antar variabel yang

¹²²Toni Wijaya, *Analisis Data Kuantitatif* (Yogyakarta: Pohon Cahaya, 2017).

diteliti. Menggunakan nilai signifikansi untuk mengetahui bentuk hubungan tersebut. Jika nilai sig. > 0,05 maka variabel memiliki hubungan linier, sebaliknya jika nilai sig. < 0,05 maka hubungan tidak linier.¹²³ Berikut output dari pengujian linieritas :

- 1) Uji Linieritas Variabel Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan

Tabel 4.10
Hasil Uji Linieritas Literasi Keuangan

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat_Penggunaan * Literasi_Keuangan	Deviation from Linearity	51,450	8	6,431	1,548	,152

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, diketahui bahwa nilai sig. 0,152 > 0,05, maka terjadi hubungan linieritas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara literasi keuangan terhadap minat penggunaan terjadi linieritas. Selanjutnya variabel X1 ini dapat digunakan pada analisis data berikutnya.

¹²³Tukiran Taniredja, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*.

2) Uji Linieritas Variabel Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan

Tabel 4.11
Hasil Uji Linieritas Persepsi Kemudahan

ANOVA Table		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat_Penggunaan *	Deviation from Linearity	43,419	7	6,203	1,174	,326

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, diketahui bahwa nilai sig. $0,326 > 0,05$, maka maka terjadi hubungan linieritas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Persepsi Kemudahan terhadap minat penggunaan terjadi linieritas.

3) Uji Linieritas Variabel Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan

Tabel 4.12
Hasil Uji Linieritas Kepercayaan

ANOVA Table		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat_Penggunaan * Kepercayaan	Deviation from Linearity	24,461	7	3,494	,710	,664

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, diketahui bahwa nilai sig.

0,664 > 0,05, maka terjadi hubungan linieritas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Kepercayaan terhadap minat penggunaan terjadi linieritas. Selanjutnya variabel X3 ini dapat digunakan pada analisis data berikutnya.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui model regresi terdapat korelasi antara variabel independen atau tidak. Adanya multikolinieritas ini dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF variabel independen < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas, dan sebaliknya jika nilai VIF variabel independen > 10, maka terjadi multikolinieritas.¹²⁴ Hasil pengujian dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Constant		
Literasi_Keuangan	,978	1,023
Persepsi_Kemudahan	,943	1,060
Kepercayaan	,938	1,066

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, diketahui bahwa nilai VIF variabel Literasi Keuangan (X1) sebesar 1,023, variabel Persepsi Kemudahan (X2) sebesar 1,060, kemudian variabel kepercayaan (X3) memiliki nilai 1,066. Dari ketiga nilai VIF variabel independen tersebut memiliki nilai < 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi kasus

¹²⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*

multikolinieritas. Sehingga variabel ini dapat dilanjutkan pada tahap pengujian berikutnya.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Hal ini dapat dilihat dari nhasil uji level signifikan $r > 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas.¹²⁵ Hasil pengujian heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.14
Hasil Uji Heterokedastisistas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Constant	3,434	1,688		2,034	,045
Literasi Keuangan	0,74	,054	,140	1,375	,172
Persepsi Kemudahan	,026	,055	,050	0,481	,631
Kepercayaan	0,45	,060	,078	,748	,456

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, diketahui bahwa nilai signifikasi variabel literasi keuangan (X1) sebesar $0,172 > 0,05$, nilai signifikasi variabel persepsi kemudahan (X2) sebesar $0,631 > 0,05$, dan nilai signifikasi variabel kepercayaan (X3) sebesar $0,456 > 0,05$. Maka dari nilai signifikasi dari ketiga variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap

¹²⁵Wijaya, *Analisis Data Kuantitatif*.

harga mutlak residual atau dapat disimpulkan tidak terjadi kasus heterokedastisitas. Sehingga variabel ini dapat dilanjutkan pada tahap pengujian berikutnya.

e. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi pada penelitian ini digunakan untuk menguji dan menganalisis apakah terdapat korelasi antar variabel pengganggu satu dengan variabel sebelumnya. Metode yang dilakukan menggunakan *durbin-watson* atau *DW-test*. Nilai d_u dan d_l diambil dari tabel *durbin-watson*. Dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel independen dan banyaknya data 100. Sehingga dapat dituliskan $k=3$ dan $n=100$. Menggunakan tingkat kesalahan 5%, diperoleh nilai $d_u= 1,736$, dan $d_l= 1,613$. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,526 ^a	,277	,254	2,00044	2,136

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, diketahui bahwa nilai *durbin-watson* sebesar 2,136. Jadi nilai $d_u < dw < 4-d_u$ yaitu $1,736 < 2,136 < 2,264$. Sehingga dapat disimpulkan pada model regresi tidak terdapat autokorelasi atau asumsi non-autokorelasi. Sehingga variabel ini dapat dilanjutkan pada tahap pengujian berikutnya.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel

independen (X) yaitu literasi keuangan terhadap variabel dependen (Y) yaitu minat penggunaan secara parsial atau separuh keadaan dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana melalui SPSS-25. Hasil dari analisis seabagai berikut:

a) Pengaruh Literasi Keuangan (X1) terhadap Minat Penggunaan (Y)

1) Model Regresi

Model regresi linier sederhana dalam uji variabel literasi keuangan sebagai X1 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Literasi Keuangan (X1)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,330	1,916		5,913	,000
Literasi_Keuangan	,470	,095	,447	4,941	,000

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana pada tabel 4.16 diatas, terbentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 11,330 + 0,470 X_1 + e$$

Artinya:

a) Konstanta b0

Nilai konstanta b0 sebesar 11,330, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel literasi keuangan mempunyai

nilai nol atau tidak ada maka minat penggunaan sebesar 11,330.

b) Konstanta (β_1) untuk variabel Literasi Keuangan (X1)

Nilai koefisien regresi (β_1) sebesar 0,470, yang mana artinya jika literasi keuangan (X1) naik 1 satuan maka minat penggunaan (Y) juga adanya kenaikan sebesar 0,470 satuan dengan asumsi variabel lainnya dianggap tetap. Koefisien bernilai positif menunjukkan hubungan yang terjadi searah antara variabel literasi keuangan (X1) dan variabel minat penggunaan (Y). Sehingga jika literasi Keuangan (X1) ditingkatkan, maka minat penggunaan akan meningkat.

2) Uji-T

Uji-T digunakan untuk melihat pengaruh variabel literasi keuangan (X1) terhadap variabel minat penggunaan (Y). Dasar pengambilan keputusan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : tidak terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan *fintech payment*.

H_a : terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan *fintech payment*.

dengan syarat: jika signifikansi $\leq 0,05$ ($\alpha = 5\%$), maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, berlaku sebaliknya.

Berdasarkan tabel 4.16 diatas diketahui bahwa nilai signifikansi dari uji-t sebesar $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Sehingga H_{a1} diterima. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa literasi keuanagan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.

3) Koefisien Determinasi

Koef determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh variabel literasi keuangan terhadap minat penggunaan. Sehingga semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka kemampuan variabel literasi keuangan dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel minat penggunaan semakin tinggi juga. Nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,447 ^a	,399	,191	2,08323

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan tabel 4.17 diatas diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,399 atau 39%. Nilai ini menunjukkan hubungan antara literasi keuangan terhadap minat penggunaan *fintech payment* tergolong lemah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan

berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech payment* pada generasi milenial di kabupaten Ponorogo sebesar 39%, sedangkan 61% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian.

b) Pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Minat Penggunaan (Y)

1) Model Regresi

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Persepsi Kemudahan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,292	2,179		8,396	,000
	Persepsi_Kemudahan	,120	,206	,113	1,130	,000

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana pada tabel 4.18 diatas, dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 18,292 + 0,120 X_2 + e$$

Artinya:

a) Konstanta b0

Nilai konstanta b0 sebesar 18,292, hal ini menunjukkan bahwa jika variabel persepsi kemudahan (X2) bernilai nol atau tidak ada maka minat penggunaan sebesar 18,292.

b) Konstanta (β_2) untuk variabel persepsi kemudahan (X2)

Nilai koefisien regresi (β_2) sebesar 0,120, yang mana artinya jika persepsi kemudahan (X2) naik 1 satuan maka minat penggunaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,120 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien bernilai positif menunjukkan hubungan yang searah antara variabel persepsi kemudahan (X2) dan variabel minat penggunaan (Y). Sehingga jika persepsi kemudahan (X2) ditingkatkan, maka minat penggunaan akan meningkat.

2) Uji-T

Uji-T digunakan untuk melihat pengaruh variabel literasi keuangan (X1) terhadap variabel minat penggunaan (Y). Dasar pengambilan keputusan hipotesis sebagai berikut:

H_02 :tidak terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *fintech payment*.

H_a2 :terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *fintech payment*.

Dengan syarat: jika signifikansi $< 0,05$ ($\alpha = 5\%$), maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, berlaku sebaliknya.

Berdasarkan tabel 4.18 diatas diketahui bahwa nilai signifikansi dari uji-t sebesar $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Sehingga

H_{a2} diterima. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.

3) Koefisien Determinasi

Koef determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh variabel Persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan. Sehingga semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka kemampuan variabel Persepsi kemudahan dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel minat penggunaan semakin tinggi juga. Nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.19
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,547 ^a	,499	,291	2,08323

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan tabel 4.19 diatas diketahui bahwa nilai *R square* sebesar 0,499 atau 49%. Nilai ini menunjukkan hubungan antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *fintech payment* tergolong lemah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech payment* pada generasi milenial di kabupaten Ponorogo sebesar 49%, sedangkan 51% dipengaruhi oleh faktor diluar variabel penelitian.

c) Pengaruh Kepercayaan (X3) terhadap Minat Penggunaan (Y)

1) Model Regresi

Tabel 4.20
Hasil Uji regresi Linier Sederhana Kepercayaan

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,941	2,242		5,771	,000
	Kepercayaan	,385	,110	,333	3,495	,001

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana pada tabel 4.20 diatas, dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 12,941 + 0,385 X_3 + e$$

Artinya:

a) Konstanta b0

Nilai konstanta b0 sebesar 12,941, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel kepercayaan (X3) mempunyai nilai nol atau tidak ada maka minat penggunaan sebesar 12,941.

b) Konstanta (β_3) untuk variabel variabel kepercayaan (X3)

Nilai koefisien regresi (β_3) sebesar 0,385, yang mana artinya jika variabel kepercayaan (X3) naik 1 satuan maka minat penggunaan (Y) akan mengalami kenaikan

sebesar 0,385satuan dengan asumsi variabel lainkonstan. Koefisien bernilai positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel variabel kepercayaan (X3) dan variabel minat penggunaan (Y). Sehingga jika kepercayaan (X3) ditingkatkan, maka minat penggunaan akan meningkat.

2) Uji-T

Uji-T digunakan untuk melihat pengaruh variabel kepercayaan (X3) terhadap variabel minat penggunaan (Y).

Dasar pengambilan keputusan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : tidak terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *fintech payment*

H_a : terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *fintech payment*

dengan syarat: jika signifikansi $< 0,05$ ($\alpha = 5\%$), maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, berlaku sebaliknya.

Berdasarkan tabel 4.20 diatas diketahui bahwa nilai signifikansi dari uji-t sebesar $0,001 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Sehingga H_a diterima. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.

3) Koefisien Determinasi

Koef determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh variabel kepercayaan terhadap minat penggunaan. Sehingga semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka kemampuan variabel kepercayaan dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel minat penggunaan semakin tinggi juga. Nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.21
Hasil Uji Koefisien Determinasi Kepercayaan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,433 ^a	,311	,202	2,19546

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan tabel 4.21 diatas diketahui bahwa nilai *R square* sebesar 0,311 atau 31%. Nilai ini menunjukkan hubungan antara kepercayaan terhadap minat penggunaan *fintech* tergolong lemah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech payment* pada generasi milenial di kabupaten Ponorogo sebesar 31%, sedangkan 69% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk mengetahui pengaruh antar seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan. Hasil dari

analisis seabagai berikut:

a. Model Regresi

Tabel 4.22
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,396	2,908		1,856	,067
	Literasi_Keuangan	,432	,092	,410	4,673	,000
	Persepsi_Kemudahan	,578	,095	,008	3,088	,030
	Kepercayaan	,322	,104	,279	3,111	,002

a. Dependent Variable: Minat_Penggunaan

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan tabel 4.22 diatas, maka analisis regresi linier berganda terbentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 5,396 + 0,432 X_1 + 0,578 X_2 + 0,322 X_3 + e$$

Artinya:

1) Konstanta b0

Nilai konstanta b0 sebesar 5,396, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel literasi keuangan (X1), prsepsi kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3) mempunyai nilai nol atau tidak ada maka minat penggunaan sebesar 5,396.

2) Konstanta (β_1) untuk variabel Litrasi Keuangan (X1)

Nilai koefisien regresi (β_1) sebesar 0,432, yang mana artinya jika literasi keuangan (X1) naik 1 satuan maka minat

penggunaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,432 satuan dengan asumsi variabel lain nilainya konstan. Koefisien bernilai positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel literasi keuangan (X1) dan variabel minat penggunaan (Y). Sehingga jika literasi Keuangan (X1) ditingkatkan, maka minat penggunaan akan meningkat

3) Konstanta (β_2) untuk variabel persepsi kemudahan (X2)

Nilai koefisien regresi (β_2) sebesar 0,578, yang mana artinya jika literasi keuangan (X1) naik 1 satuan maka minat penggunaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,578 satuan dengan asumsi variabel lain nilainya konstan. Koefisien bernilai positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel literasi keuangan (X1) dan variabel minat penggunaan (Y). Sehingga jika literasi Keuangan (X1) ditingkatkan, maka minat penggunaan akan meningkat.

4) Konstanta (β_3) untuk variabel variabel kepercayaan (X3)

Nilai koefisien regresi (β_3) sebesar 0,322, yang mana artinya jika literasi keuangan (X1) naik 1 satuan maka minat penggunaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,322 satuan dengan asumsi variabel lain nilainya konstan. Koefisien bernilai positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel literasi keuangan (X1) dan variabel minat penggunaan

(Y). Sehingga jika literasi Keuangan (X1) ditingkatkan, maka minat penggunaan akan meningkat.

b. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini berguna untuk mengetahui apakah posisi sampel yang diambil dapat mewakili populasi penelitian.

1) Uji-T

Uji-T digunakan untuk melihat pengaruh semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan dengan asumsi variabel lain tidak berubah. Pengujian menggunakan SPSS25 dengan parameter individu. Pengujian ini dilakukan pada tingkat signifikansi level $\alpha = 5\%$.

dengan keputusan:

- jika signifikansi $> 0,05$ ($\alpha = 5\%$), dan $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka variabel dependen (X) secara signifikan tidak berpengaruh terhadap variabel Y
- jika signifikansi $< 0,05$ ($\alpha = 5\%$), $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka variabel dependen (X) secara signifikan berpengaruh terhadap variabel Y.
- T_{tabel} yang digunakan $T(0,025;96) = 1,984$

Tabel 4.23

Hasil Uji-T

Coefficients ^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,396	2,908		1,856	,067
	Literasi_Keuangan	,432	,092	,410	4,673	,000
	Persepsi_Kemudahan	,578	,095	,008	3,088	,030
	Kepercayaan	,322	,104	,279	3,111	,002

a. Dependent Variable: Minat_Penggunaan

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan tabel 4.23 diatas dapat diketahui hasil dari uji-t sebagai berikut:

- a) Variabel Literasi Keuangan (X1) terhadap minat penggunaan (Y) menghasilkan nilai signifikansi dari uji-t sebesar $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) dan dengan nilai t_{hitung} sebesar $4,673 > 1,984$ (t_{tabel}) . Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *fintech payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.
- b) Variabel Persepsi Kemudahan (X2) terhadap minat penggunaan (Y) menghasilkan nilai signifikansi dari uji-t sebesar $0,030 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) dan dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,088 > 1,984$ (t_{tabel}) . Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *fintech payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.
- c) Variabel Kepercayaan (X3) terhadap minat

penggunaan (Y) menghasilkan nilai signifikansi dari uji-t sebesar $0,002 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) dan dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,111 > 1,984$ (t_{tabel}). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *fintech payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.

2) Uji-F

Uji-F pada penelitian ini digunakan untuk menguji dan menganalisis antara variabel independen (X) yang terdiri dari variabel literasi keuangan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3) mampu secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) yaitu minat penggunaan. Uji ini dilihat dari hasil nilai signifikansinya sebesar 0,05 (5%) dan nilai F_{hitung} . dasar pengambilan dengan menggunakan SPSS 25 sebagai berikut:

- jika signifikansi $> 0,05$ ($\alpha = 5\%$), dan $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel dependen (X) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y
- jika signifikansi $< 0,05$ ($\alpha = 5\%$), $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel dependen (X) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.
- F_{tabel} yang digunakan $F(2;97) = 2,70$

Tabel 4.24
Hasil Uji-F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	147,071	3	49,024	12,251	,000 ^b
	Residual	384,169	96	4,002		
	Total	531,240	99			

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasar tabel 4.24 diatas diketahui bahwa Variabel Literasi Keuangan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3) terhadap minat penggunaan (Y) menghasilkan nilai signifikasi dari uji-f sebesar $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) dan dengan nilai f_{hitung} sebesar $12,251 > 2,70$ (f_{tabel}) . Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Literasi Keuangan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *fintech payment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.

3) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga semakin tinggi nilai koefisien determinasi yang dapat dilihat dari nilai *R Square* maka semakin tinggi pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.25

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.577	.454	2,00044

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Literasi_Keuangan, Persepsi_Kemudahan

Sumber : Hasil diolah SPSS25, 2023

Berdasarkan tabel 4.25 diatas diketahui bahwa nilai *R square* sebesar 0,577 atau 57%. Nilai ini menunjukkan hubungan antara Literasi Keuangan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3) terhadap minat penggunaan *fintechpayment* tergolong lemah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *fintech payment* pada generasi milenial di kabupaten Ponorogo sebesar 57%, sedangkan 43% dipengaruhi oleh faktor diluar variabel penelitian.

E. Pembahasan

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen atau bebas meliputi Literasi Keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan, sedangkan variabel dependen atau terikat adalah minat penggunaan. Pada hasil yang sudah dilakukan diperoleh jawaban berdasar penelitian yaitu Literasi Keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *financial technology (fintech) payment* pada generasi

milenial di kabupaten Ponorogo. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil jawaban sebagai berikut:

1) Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Payment* Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo

Berdasar hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel literasi keuangan bertanda positif, artinya variabel literasi keuangan berbanding lurus atau searah dengan minat penggunaan. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,39 atau 39%, artinya bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech* pada generasi milenial di kabupaten Ponorogo sebesar 39% sedangkan 61% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil uji-t diketahui bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$), hal ini artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan. Dari hasil penelitian dapat tersebut disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di kabupaten Ponorogo. Artinya semakin tinggi literasi keuangan maka minat penggunaan *fintech payment* .semakin tinggi pula Hubungan yang terjadi bersifat positif, hal ini berarti jika literasi keuangan ditingkatkan maka minat penggunaan juga akan meningkat.

H_1 diterima menunjukkan bahwa penelitian ini mendukung teori Philip Kotler, dalam hal ini menyatakan bahwa literasi keuangan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan sesuatu. Penelitian

ini didukung oleh Selvy Diana Putri (2022) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *Fintech* Payment (Paylater) Pada Shopee”. Penelitian tersebut memiliki hasil literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech*.

Memiliki tingkat literasi yang tinggi akan menambah pengetahuan dan wawasan keuangan sehingga dapat membantu seseorang dalam mengambil keputusan yang bijak dalam aktivitasnya. Sebagai generasi milenial yang akrab dengan perkembangan zaman makan ilmu dan pengamalan dari literasi keuangan ini akan meningkatkan penggunaan *fintech* yang lebih bijak dan bersifat positif.

2) Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *FintechPayment* Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo.

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan bertanda positif, artinya variabel persepsi kemudahan berbanding lurus atau searah dengan minat penggunaan. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,49 atau 49%, artinya bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech payment* pada generasi milenial di kabupaten Ponorogo sebesar 49% sedangkan 51% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil uji-t diketahui bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$), hal ini artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Dari hasil penelitian dapat tersebut disimpulkan jdi persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech payment* pada generasi milenial di kabupaten Ponorogo. Artinya semakin tinggi persepsi kemudahan maka semakin tinggi pula minat penggunaan *fintech*. Hubungan yang terjadi bersifat positif, hal ini berarti jika persepsi kemudahan ditingkatkan maka minat penggunaan juga akan meningkat.

H₂ diterima menunjukkan bahwa penelitian ini mendukung teori Philip Kotler, dalam hal ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan sesuatu. Penelitian ini didukung oleh Mario Ledesmana (2020) yang berjudul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Nasabah menggunakan Layanan *Mobile Banking*”. Penelitian tersebut memiliki hasil persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Layanan *Mobile Banking*.

Memiliki persepsi kemudahan yang tinggi akan menambah minat seseorang dalam menggunakan barang/jasa, karena dengan adanya persepsi yang baik maka seseorang akan lebih nyaman dan secara sukarela untuk melakukan atau menggunakan sesuatu. Sebagai generasi milenial yang akrab dengan perkembangan zaman maka dengan memiliki persepsi kemudahan terhadap sebuah layanan *fintech payment* maka akan meningkatkan penggunaan *fintech* yang lebih nyaman dan bersifat positif.

- 3) Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *FintechPayment* Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel kepercayaan bertanda positif, artinya variabel kepercayaan berbanding lurus atau searah dengan minat penggunaan. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,31 atau 31%, artinya bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech* pada generasi milenial di kabupaten Ponorogo sebesar 31% sedangkan 69% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil uji-t diketahui bahwa nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$), hal ini artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Dari hasil penelitian dapat tersebut disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di kabupaten Ponorogo. Artinya semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi pula minat penggunaan *fintech payment*. Hubungan yang terjadi bersifat positif, hal ini berarti jika kepercayaan ditingkatkan maka minat penggunaan juga akan meningkat.

H_3 diterima menunjukkan bahwa penelitian ini mendukung teori Philip Kotler, dalam hal ini menyatakan bahwa kepercayaan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan sesuatu. Penelitian ini didukung oleh Rahmadi Ahmad (2021) yang berjudul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Analisis Faktor Kegunaan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Bankng* pada Generasi Milenial”. Penelitian tersebut memiliki hasil kepercayaan

berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Mobile Banking.

Memiliki kepercayaan yang tinggi akan menambah minat seseorang dalam menggunakan barang/jasa, karena dengan kepercayaan yang baik maka seseorang akan lebih nyaman dan secara sukarela untuk melakukan atau menggunakan sesuatu. Sebagai generasi milenial yang akrab dengan perkembangan zaman maka dengan memiliki kepercayaan terhadap sebuah layanan *fintechpayment* maka akan meningkatkan penggunaan *fintechpayment* yang lebih nyaman, tenang dan bersifat positif.

4) Pengaruh Literasi Keuangan Persepsi Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *FintechPayment* Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Ponorogo

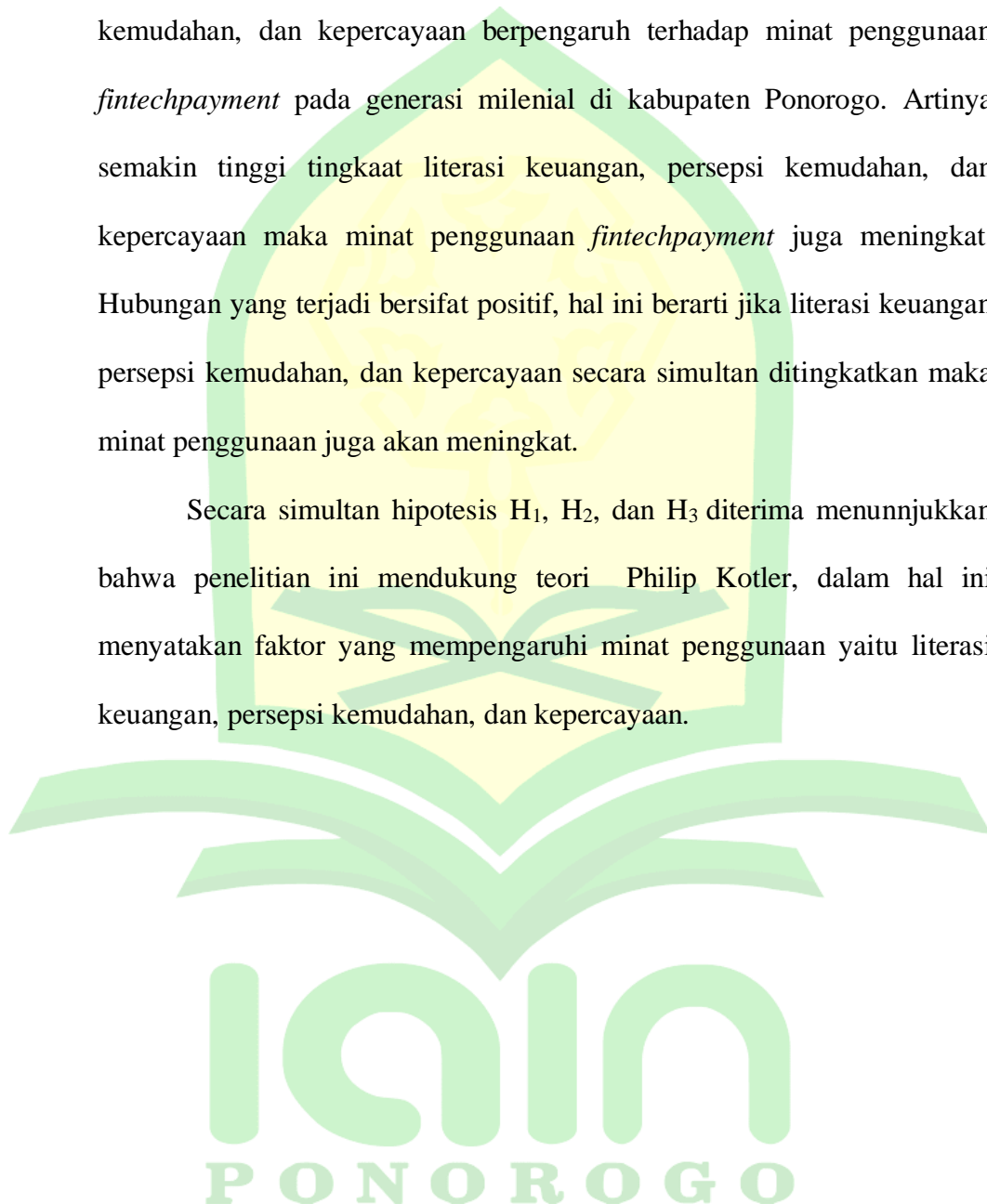
Berdasar uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa hasil nilai koefisien regresi variabel literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan bertanda positif, artinya variabel literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan berbanding lurus atau searah dengan minat penggunaan. Nilai F pada uji-f memiliki f_{hitung} sebesar $12,251 > 2,70$ (f_{tabel}), artinya bahwa variabel literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di kabupaten Ponorogo.

Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *Rsquare* yang didapat sebesar 0,57 atau 57% yang artinya bahwa variabel independen

secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan sebesar 57% sedangkan 43% dipengaruhi oleh faktor diluar penelitian.

Sehingga disimpulkan bahwa literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di kabupaten Ponorogo. Artinya semakin tinggi tingkat literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan maka minat penggunaan *fintechpayment* juga meningkat. Hubungan yang terjadi bersifat positif, hal ini berarti jika literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan secara simultan ditingkatkan maka minat penggunaan juga akan meningkat.

Secara simultan hipotesis H₁, H₂, dan H₃ diterima menunjukkan bahwa penelitian ini mendukung teori Philip Kotler, dalam hal ini menyatakan faktor yang mempengaruhi minat penggunaan yaitu literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pengujian oleh peneliti dan telah dilakukan pembahasan mengenai variabel literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan secara parsial menunjukkan bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo. Dibuktikan dari nilai signifikansi pada uji-t sebesar $0,000 > 0,05$ Sehingga H_1 diterima, yang artinya literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan secara parsial menunjukkan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo. Dibuktikan dari nilai signifikansi pada uji-t sebesar $0,000 > 0,05$. Sehingga H_2 diterima,

yang artinya persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo

3. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan secara parsial menunjukkan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo. Dibuktikan dari nilai signifikansi pada uji-t sebesar $0,001 > 0,05$. Sehingga H_3 diterima, yang artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo
4. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan secara bersamaan (simultan) menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi kemudahan dan kepercayaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo. Dibuktikan dari nilai signifikansi pada uji-f sebesar $0,000 < 0,05$ dan diperoleh nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($12,251 > 2,70$) dengan nilai koefisien determinasi *Rsquare* sebesar 0,57 atau 57% dan sisa 43% lain didapat dari faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, persepsi kemudahan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintechpayment* pada generasi milenial di Kabupaten Ponorogo.

B. Saran

Dari penelitian yang dihasilkan peneliti memberikan beberapa saran bagi pihak-pihak yang terlibat didalam penelian ini. Beberapa diantaranya ialah:

1. Bagi generasi milenial pengguna *fintechpayment* di kabupaten Ponorogo disarankan untuk menggunakan dan memanfaatkan *fintechpayment* dengan sebaiknya serta senantiasa meningkatkan literasi keuangan agar lebih bijak dalam memutuskan sesuatu sehingga dapat mencapai kesejahteraan dalam hidup.
2. Bagi perusahaan yang mengembangkan produk layanan *fintech* diharapkan untuk dapat meningkatkan pelayanannya dan keamanan dari produk tersebut agar menumbuhkan kepercayaan masyarakat dengan memberikan fasilitas layanan *fintech* yang memiliki fitur lebih memudahkan dan menjamin keamanan data masyarakat.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih banyak dan menambahkan variabel-variabel lain yang belum diteliti agar memiliki hasil yang bervariasi, seperti penambahan variabel kontrol dan juga lebih menekankan pada jenis produk *fintech* agar lebih mendapat informasi apa yang lebih mendominasi.

DAFTAR PUSTAKA

- A'la, Cut Nurul. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Pada Masyarakat Kota Medan)." Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021.
- AFTECH. "Fintech Talk Innovative Potential Of AI And ML For Fintech KYC," 2021. <https://fintech.id/id>.
- Ajzen. "The Theory Of Planed Behavior." *Jurnal Processes* 50 No (1991): 179.
- Anam, Khoirul. "Menko Airlangga Dorong Percepatan Literasi &Inklusi Keuangan." Accessed November 19, 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20221124213059-4-391059/menko-airlangga-dorong-percepatan-literasi-inklusi-keuangan>.
- Andamari, Indina. "Pengguna Baru Fintech Terus Meningkat, Kredivo Dan Kredifazz Gandeng AFPI Beri Edukasi Pentingnya Jadi Pengguna Yang Bijak." Accessed June 22, 2023. <https://afpi.or.id/articles/detail/pengguna-baru-fintech-terus-meningkat-kredivo-dan-kredifazz-gandeng-afpi-beri-edukasi-pentingnya-jadi-pengguna-yang-bijak>.
- Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan*. Yogyakarta: Prasadapress, 2017.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Aritonang, Irianto. *Aplikasi Statistika Dalam Pengolahan Dan Analisis Data Kesehatan*. Cetakan Ke. Yogyakarta: Media Pressindo, 2005.
- Aulia, Zulkarnaini, And Early Ridho Kismawadi. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Mengajukan Kredit Di Financial Technology." *Jurnal Investasi Islam* 5, No. 2 (2021): 135–52. <https://doi.org/10.32505/jii.v5i2.2391>.
- Bagus Sumargo. *Teknik Sampling*. Cetakan Pe. Jakarta Timur: UNJ Press, 2020.
- Chuang. "The Adoption Of Fintech Service: TAM Perspective." *International Journal Of Management And Administrative Science* 3 (2016): 33.
- Cohen, Bruce J. *Sosiologi Suatu Pengantar. Edisi 2*. Jakarta: Rineka Cipta, 1997.
- D Harrison Mcknight. "The Impact Of Initial Consumer Trust On Intentions To Transact With A Web Site: A Trust Building Model." *The Journal Of Strategic Information Systems* Vol 11, No (2002): 297–323.
- Davis, F. D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology." *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13(3) (1989): 267.

<https://doi.org/10.2307/249008>.

- Dharu Akbar Bawalaksana. "Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo." Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo), 2022.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, Kementerian Keuangan Republik Indonesia. "Generasi Milenial Dan Generasi Kolonial," 2021. <http://djkn.kemenkeu.go.id/>.
- Eltin, Ghina Qothrunnada. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Berperilaku Dalam Mengadopsi Fintech." Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung, 2019.
- Evrida Dini Wulansari. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Fintech." Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022.
- Fani Fatonah, Christiawan Hendratmoko. "Menguji Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Menggunakan E-Money." *Jurnal Manajemen* Vol.12 No (2020): 211.
- Farichatul Muth'iah. "Pengaruh Literasi, Kegunaan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompot Digital Syariah." *Jurnal Ad-Denar Ekonomi Dan Bisnis Islam* Vol.7 No.1 (2023). <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.4050>.
- Fauzia, A. N., And Nurdin. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif. Prosiding Manajemen." *Journal Of Information Systems And Technology Management* 14(1) (2019): 21–38.
- Fitriani, Hanik. "Kontribusi Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada Pertanian." *El-Barka: Journal Of Islamic Economics And Business* Vol.1, No. (2018): 7. <https://doi.org/10.21154/elbarka.v1i1.1392>.
- Gatot Efrianto Dan Nia Tresnawaty. "Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Penggunaan Fintech Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Tangerang Banten." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Ekonomi* Vol. 6 No. (2021).
- Granic, Andrina. "Technology Acceptance Model In Educational Context: A Systematic Literature Review." *British Journal Of Educational Technology* Volume 50, (2019): 3.
- Granita, I. "Financial Technology Di Indonesia Ingri Granita." *Jurnal Teknologi Informasi (JALTI)*, 2020. <https://accounting.binus.ac.id/2020/07/02/perkembangan-financial-technology-di-indonesia/>.
- Hanik Fitriani. "Kontribusi Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada Pertanian (Studi Analisis Melalui Pendekatan Keuangan Syariah

- Dengan Situs Peer To Peer Lending Pada Pertanian Di Indonesia).” *EL BARKA: Journal Of Islamic Economics And Business* Volume 1, (2018): 4.
- Harlan, Dwimastia. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada Umkm Di Kota Yogyakarta.” *Skripsi Sarjana Tidak Diterbitkan*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta., 2014.
- Hizbul Hadi Nawawi. “Penggunaan E-Wallet Di Kalangan Mahasiswa.” *Jurnal Emik* Volume 3, (2020): 192.
- Humairoh Humairoh, Andi Kusuma Negara, Siti Asriah Immawati. ““Pertimbangan Dan Sikap Milenial Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 Di Kota Tangerang.”” *Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi* Volume 3, (2020): 66.
- Indra Kusuma Dewi. “Strategi Bank Syariah Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Masyarakat (Studi Kasus Masyarakat Kab. Ponorogo).” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* Volume 8 N (2022): 129.
- Istiarni. “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking Di Indonesia).” Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, 2014.
- J Krempel, E., Beyerer. “TAM-VS: A Technology Acceptance Model For Video Surveillance.” *Lecture Notes In Computer Science (Including Subseries Lecture Notes In Artificial Intelligence And Lecture Notes In Bioinformatics)* 84 (2014): 335. <https://doi.org/10.1007/978-3-319->
- Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Jogiyanto, Hartono M. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Jusman Iskandar. *Teori Sosial. Edisi 5*. Bandung: Pustaka Program Pasca Sarjana Universitas Garut, 2005.
- Kamanto Sunarto. *Pengantar Sosiologi. Edisi 3*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2004.
- Kelah, Novrita Debora. “Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin).” Universitas Hasanuddin, 2020.
- Khadijah, Catur Dedek. “Transformasi Perpustakaan Untuk Generasi Millennial” 12, No. 02 (2018): 59–78.
- Kominfo Ponorogo. “Tingkatkan Layanan Digital Melalui Teknologi Keuangan Hingga Pelosok,” 2023. <https://ponorogo.go.id/2023/05>.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ke-1*. Jakarta: Erlangga, 2008.

- . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017.
- Kusuma, Aldo Putra. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan E-Wallet Di Kota Bandung 2020.” *JABA: Journal Of Applied Business Administration* Volume 4, (2020): 192.
- Kusumawardhani, Dwi Ajeng. “Penyebaran Pengguna Teknologi Digital Di Indonesia Berdasarkan Google Trends Analytics.” *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen* Volume 17, (2021): 377.
- Ledesmana, Mario. “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Bsm Cabang Bandar Jaya).” Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.
- Lestari, Dian. “Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking.” Universitas Brawijaya, 2018.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited By Erlangga. Jakarta, 2007.
- Marginingsih, Ratnawaty. “Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional Di Masa Pandemi Covid-19.” *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, No. 1 (2021): 56–64. <https://doi.org/10.31294/Moneter.V8i1.9903>.
- Mitchell, Olivia S., Annamaria Lusardi, And Vilsa Curto. “Financial Literacy Among The Young: Evidence And Implications For Consumer Policy.” *SSRN Electronic Journal*, No. August (2011). <https://doi.org/10.2139/ssrn.1459141>.
- Model Duwi Priyatno. *Paham Analisa Statistik Data Dengan Spss*. Jakarta: Mediakom, 2010.
- Moh Faizin. “Pengaruh Pengetahuan Produk, Budaya Lokal Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Produk Songkok Mitra Anyar.” *UMG Repository* 18 (2014). <http://eprints.umg.ac.id/id/eprints/1147>.
- Muhammad Saleh, Fatimah Sari. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pembelajaran Keuangan Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi Terhadap Penggunaan Fintech.” *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* Vol.2 No.2 (2020).
- Nabil Muhammad, Veny Suci Asih. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Mahasiswa UIN Sunan Gunung Jati Terhadap Penggunaan Sistem Financial Technology.” *Jurnal MAPS*, N.D.
- Nadia Khafiyah. “Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO.” Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020.
- Nawari, Teguh Wahyono. *Analisis Regresi Dengan MS Excel 22007 Dan SPSS 17*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010.
- Nurdin, Nurdin, Winda Nur Azizah, And Rusli Rusli. “Pengaruh Pengetahuan , Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan

- Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu” 2, No. 2 (2020).
- Ojk. “Infografis Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022.” Accessed November 19, 2022. <https://Ojk.Go.Id/Id/Berita-Dan-Kegiatan/Info-Terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.AspX>.
- P, Pavlou. “Consumer Acceptance Of Electronic Commerce: Intergreting Trust And Risk With The Technology Acceptance Model.” *International Journal Of Electronic Commerce*, 2003, 101–34.
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008.
- Putra, Amanda Pratama. “Estimasi Hasil Survei.” Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2020. <https://Apjii.Or.Id/>.
- Putri, Selvy Diana. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) Pada,” 2022.
- Putri, Sisca Karnia. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology Pada Masyarakat Kota Banda Aceh.” Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Aceh, 2022.
- Rahmadi Ahmad. “Analisis Faktor Kegunaan, Kepercayaan, Dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Generasi Milenial (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara).” Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021.
- Ramadhan, Suryani &. “Analisis Penguasaan Literasi Keuangan Pada Pelaku Usaha Mikro Di Kota Pekanbaru.” *Jurnal Of Economic, Business And Accounting (COSTING)* Vol.1 No.1 (2017): 15.
- Ridwan Sunarto. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sandu Siyoto. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sanjaya, Wina. *Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Prenada Media Group, 2015.
- Saraswati, Adinda Niken. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Kalangan Generasi Milenial (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Baru).” Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara, 2021.
- Setiawan, Refha Febriana. “Analysis Of Factors Affecting The Interest Of People To Use Dana Application Using Principal Component Analysis Method (PCA).” *International Research Journal Of Advanced Engineering And Science* 5, No. 1 (2020): 226–32.
- Sinta Bela, Saprida, Bagus Setiawan. “Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial

- Technology (Fintech) Di Desa Karang Baru Kabupaten Banyuwasin.” *Jurnal JIMESHA Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah* Vol. 3 No. (2023).
- Siti Rodiah, Inaya Sari Melati. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang.” *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship* Vol 2. No. (2020).
<https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>.
- Siyoto, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Cetakan Pe. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Suyono, Sri Sukmawati, And Pramono. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press, 2012.
- Trygu. *Studi Literatur Problem Based Learning Untuk Masalah Motivasi Bagi Siswa Dalam Belajar Matematika*. Jakarta: Guepedia, 2020.
- Trysna Aditya. “Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Kemudahan Manfaat Dan Keaman Terhadap Penggunaan Sistem Financial Technology.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* Vol 4 No,2 (2022).
- Tukiran Taniredja. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Yogyakarta: Ekatama, 2014.
- Utami, Sulisty Seti. “Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta).” *Balance* XIV, No. 2 (2017): 29–41.
- Wahyu Rumbianingrum, Candra Wijayangka. “Pengaruh Penguasaan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* Vol.2 No.3 (2018): 157.
- Wijaya, Toni. *Analisis Data Kuantitatif*. Yogyakarta: Pohon Cahaya, 2017.
- Wildan, Muhammad. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech).” Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019.
- Yuliani. “The Effect Of Financial Knowledge On Financial Literacy With Mediated By Financial Behavior In Society Of Palembang City South Sumatra.” *Jurnal Ilmiah Manajemen* 9 No. (2019): 23.
- Yutisa Tri Cahyani. “Financial Technology Literacy (Fintech) In Ponorogo: Perception And Attitude.” *European Alliance For Innovation*, 2021, 203.
<https://doi.org/10.4108/Eai.27-10-2020.2304182>.