

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, EFEKTIVITAS,
DAN KEPERCAYAAN PENGGUNA DALAM MENGGUNAKAN
PAYMENT PADA *FINTECH* TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN PRODUK**

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Program
Studi Akuntansi



**Pramestia Fridzkinas Aissya
3118 30608**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
2021**

SKRIPSI

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, EFEKTIVITAS DAN
KEPERCAYAAN PENGGUNA DALAM MENGGUNAKAN *PAYMENT* PADA
FINTECH TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

PRAMESTIA FRIDZKINAS AISSYA

No Induk Mahasiswa: 311830608

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 18 September 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

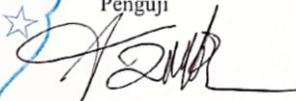
Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Wing Wahyu Winarno, Dr., MAFIS, Ak., CA.

Penguji



Tri Ciptaningsih, SE., M.M., Ak.

Yogyakarta, 18 September 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

Technological development in the world is growing rapidly. The development of technology gave rise to several companies that created financial technology applications. One of the functions of financial technology is used as a means of payment in terms of transactions. This research aims to find out whether the ease of use, effectiveness, and trust of users in using payment in fintech against increased product sales? This research was conducted with the target of respondents who have an online business or offline business by providing payment system services using fintech.

Sampling technique uses purposive sampling method with a sample number of 123 respondents. Data collection is done by spreading questionnaires indirectly (online). The data obtained was analyzed using SEM-PLS (Structural Equation Modeling-Partial Least Square) analysis techniques through WarpPLS 7.0 software. The results of this study show that the ease of use, effectiveness, and trust of fintech users as a means of payment have a positive effect on increasing sales.

Keywords: Ease of use, Effectiveness, Trust, Payment, Fintech, SEM-PLS

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di dunia berkembang dengan pesat. Perkembangan teknologi memunculkan beberapa perusahaan yang menciptakan *financial technology*. Salah satu fungsi dari *financial technology* yaitu digunakan sebagai alat pembayaran dalam hal bertransaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan, efektivitas, dan kepercayaan pengguna dalam menggunakan *payment* pada *fintech* terhadap peningkatan penjualan produk? Penelitian ini dilakukan dengan target responden yang memiliki usaha online atau usaha offline dengan menyediakan layanan sistem pembayaran menggunakan *fintech*.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel 123 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara tidak langsung (*online*). Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis SEM-PLS (*Structural Equation Modeling-Partial Least Square*) melalui *software* WarpPLS 7.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, efektivitas, dan kepercayaan pengguna *fintech* sebagai alat pembayaran berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan.

Kata kunci: Kemudahan penggunaan, Efektivitas, Kepercayaan, *Payment*, *Fintech*, SEM-PLS

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dunia telah memasuki kemajuan teknologi yang sangat canggih dan sangat pesat. Perkembangan teknologi dapat dilihat seperti yang terjadi pada handphone. Dahulu *handphone* hanya digunakan sebagai alat komunikasi untuk saling bertukar kabar melalui fitur telepon dan *sms*. Namun sekarang, *handphone* sudah mulai dikembangkan melalui tambahan fitur dan internet yang membuat *handphone* tidak hanya digunakan untuk komunikasi melalui telepon dan *sms* saja, tetapi dapat memberikan informasi apapun yang ingin kita ketahui yang kemudian saat ini bisa disebut sebagai *smartphone*.

Peningkatan penggunaan teknologi dan *smartphone* membuat beberapa *startup* perusahaan yang bergerak di bidang *financial technology* bermunculan. Menurut pengertian dari Bank Indonesia, *financial technology (fintech)* ialah gabungan dari jasa keuangan dengan teknologi yang kemudian dapat mengganti model bisnis konvensional menjadi moderat. *Financial technology* dapat meminimalkan permasalahan pada transaksi jual beli, misalnya seperti tidak memiliki cukup waktu untuk mencari barang ke suatu tempat perbelanjaan, tidak dapat menemukan ATM jika ingin melakukan transfer sejumlah uang dalam melakukan pembayaran, atau enggan untuk mengunjungi suatu tempat karena merasa tidak nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Menurut penelitian Silalahi dan Dynda (2018), pembayaran digital yaitu pemakaian perangkat elektronik sebagai media konsumen melakukan transaksi pembelian barang maupun jasa melalui internet di mana mekanisme pembayarannya tidak menggunakan uang secara fisik (non tunai) tetapi menggunakan media lain yang nilainya setara dengan transaksi menggunakan uang tunai. Hal ini didukung dengan munculnya beberapa perusahaan yang mengeluarkan aplikasi yang bergerak di bidang *fintech* seperti Gopay, LinkAja, DANA, OVO, dan lain-lain yang kemudian mempengaruhi metode pembayaran di lingkungan masyarakat dari metode pembayaran konvensional menjadi metode pembayaran elektronik.

Menurut penelitian Gusrizaldi dan Komalasari (2016), memperoleh laba sebesar-besarnya adalah salah satu tujuan perusahaan guna meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Demi mencapai tujuan tersebut maka harus mampu meningkatkan penjualan. Semakin ketat persaingan bisnis saat ini, maka perusahaan harus menerapkan strategi penjualan yang mampu bersaing atau bahkan mengurangi persaingan. Pengelola harus mampu menginterpretasikan kebijakan yang benar agar produk yang akan ditawarkan dapat diperjualbelikan di pasar komersial. Volume penjualan akan meningkat seiring bertambahnya jumlah produk yang terjual, maka secara tidak langsung hal tersebut mempengaruhi tingkat penjualan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Peningkatan penjualan produk juga dapat didorong oleh faktor lain, seperti meningkatkan pelayanan dalam melakukan pembayaran. Ketika banyak masyarakat yang sudah beralih pada pembayaran elektronik dan mengetahui bahwa pelaku usaha tersebut memfasilitasi pembayaran elektronik tersebut, maka besar kemungkinan masyarakat akan membeli bahkan akan kembali untuk membeli produk dari pelaku usaha tersebut.

Pada studi Consumer Payment Attitudes 2018 kepada 4.000 responden yang ada di sejumlah negara Asia Tenggara, dari 4.000 responden tersebut di Indonesia terdapat 500 responden dan hasilnya mengatakan bahwa sebagian besar masyarakat dari responden tersebut masih memilih menggunakan uang tunai sebagai metode pembayaran dalam bertransaksi. Namun perbandingan antara metode pembayaran tunai dengan non tunai persentasenya kian tipis. Menurut penelitian Anisa, Anifa, Fadhila dan Prawira (2020) hal tersebut terjadi karena adanya kepercayaan dari publik dalam menggunakan uang tunai pada saat bertransaksi, karena uang tunai memiliki sifat bisa digunakan kapan pun dan di mana pun, bersifat rahasia, tak dapat diretas, dan tak perlu bergantung pada internet. Selain kepercayaan dalam menggunakan metode pembayaran pada saat bertransaksi, kemudahan juga mempengaruhi persepsi masyarakat untuk memilih metode pembayaran tersebut. Pada penelitian ini, penulis lebih fokus pada pengaruh kemudahan penggunaan, efektivitas dan kepercayaan pengguna terhadap peningkatan penjualan produk.

KAJIAN PUSTAKA

Kemudahan Penggunaan

Menurut Tjini dan Baridwan dalam Setiawan (2018) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dapat diartikan tentang kepercayaan individu yang ketika mengoperasikan teknologi dapat membebaskan dari suatu usaha. Jika suatu teknologi dirasa bermanfaat bagi seseorang, maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Namun seseorang tidak akan menggunakan teknologi tersebut jika teknologi tersebut dirasa sulit untuk digunakan, maka dapat disimpulkan bahwa suatu teknologi akan dipercaya dan digunakan apabila mudah digunakan dan dirasa memiliki manfaat bagi penggunanya.

Efektivitas

Efektivitas berdasar Kamus Besar Bahasa Indonesia, berasal dari kata efektif yang memiliki arti efek, imbas, dampak, hasil, atau dapat membawa hasil. Efektivitas yang dimaksud dalam hal ini yaitu hasil yang didapat dari penggunaan *payment* pada *financial technology* terhadap peningkatan penjualan produk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan memiliki keterkaitan erat dengan efektivitas,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

karena semakin pengguna merasakan banyak kegunaan dalam menggunakan *payment* pada *financial technology*, maka efektivitas pengguna dapat tercapai.

Kepercayaan

Menurut Morgan dan Hunt (1994), kepercayaan ialah kunci utama bagi keberhasilan *relationship marketing*. Ketika seorang mitra mempercayai kejujuran dan keandalan mitranya, maka peristiwa itu disebut sebagai kepercayaan. Dapat diartikan juga bahwa kepercayaan ialah suatu keyakinan. Keyakinan akan kualitas tinggi, keamanan dan konsistensi produk, karena pengguna puas dan memiliki pemahaman yang baik tentang reputasi produk, sehingga produk dapat digunakan terus menerus. Oleh karena itu, kepercayaan memiliki pengaruh besar terhadap efektivitas dan efisiensi pada *relationship marketing*.

Dalam menerapkan *financial technology* di Indonesia sudah terdapat landasan hukum tentang *financial technology* yang tercantum dalam beberapa peraturan resmi dari pemerintah Bank Indonesia. Salah satunya pada Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital (Bank Indonesia, 2016). Pemerintah berharap dengan adanya regulasi yang telah dibuat maka bagi para pengguna maupun penyedia *financial technology* dapat melakukan aktivitas keuangan dan mengolah data dengan nyaman serta aman juga dalam hal informasi pribadi pengguna. Dengan adanya edaran tersebut diharapkan dapat menimbulkan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan *financial technology* sebagai sistem pembayaran dalam bertransaksi.

Penggunaan *Payment* Pada *Financial Technology*

Perubahan gaya hidup masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi sekarang telah didominasi oleh penggunaan teknologi. *Financial technology* hadir untuk memberikan layanan bagi perubahan masyarakat dalam melakukan transaksi yang sudah beralih menggunakan teknologi tersebut. Berdasarkan situs bi.go.id/id, untuk *payment* pada *financial technology* dapat menggantikan fungsi lembaga keuangan formal seperti bank. Fungsi dari *financial technology* dalam hal sistem pembayaran yaitu seperti:

6. Membantu manifestasi investasi agar lebih efisien.
7. Menyediakan pasar bagi pelaku usaha.
8. Mengurangi dampak dari risiko pembayaran konvensional.
9. Membantu masyarakat yang ingin menabung, meminjam dana, dan melakukan penanaman modal.
10. Menjadi sarana dalam melakukan pembayaran, settlement dan kliring.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan dari beberapa peran *financial technology* yang telah dijabarkan, dapat disimpulkan bahwa *payment* pada *financial technology* merupakan alat pembayaran nontunai berbasis server berupa aplikasi jasa keuangan yang dapat dipasang di ponsel untuk bertransaksi.

Penjualan Produk

Menurut Setyaka (2017) penjualan ialah salah satu aktivitas yang cukup penting untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan. Perusahaan akan bisa dikatakan berhasil apabila dapat memproduksi dan/atau melakukan penjualan produknya dengan jumlah yang selalu meningkat.

Menurut Gusrizaldi dan Komalasari (2016) yang mengutip Basu Swastha (2001:8), penjualan merupakan ilmu dan keterampilan penjual dalam mempengaruhi seseorang agar berkenan untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan. Beberapa faktor dapat mempengaruhi tingkatan penjualan produk seperti promosi, harga, kualitas produk, tersedianya fitur-fitur pelayanan yang dibutuhkan konsumen, dan lain sebagainya.

Akan menjadi suatu tantangan besar bagi pelaku usaha yang menyediakan *payment* dengan menggunakan *financial technology* dalam meningkatkan penjualan produknya. Namun pengguna akan memilih untuk menggunakan *payment* pada *financial technology* apabila merasakan kemudahan penggunaan dan dapat membuat keadaan terasa lebih efektif. Ketika pengguna dapat merasakan dua variabel tersebut maka akan tercipta rasa percaya untuk menggunakan pembayaran non tunai berbasis server tersebut.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah model terintegrasi yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003) dan berdasarkan teori sosial kognitif, menggabungkan delapan model penelitian yang terbaik tentang penerimaan teknologi informasi (Taiwo dan Downe, 2013). Menurut Bendi dan Andayani (2013), model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) ialah model yang digunakan untuk menerangkan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi. Metode UTAUT 2 bisa digunakan untuk mengukur tingkah laku pengguna teknologi informasi karena dapat mengkaji korelasi pengaruh variabel penentu mengapa seseorang mengambil dan menggunakan teknologi informasi. Model UTAUT lama mempunyai empat kunci konstruksi atau variabel, yaitu: *performance expectancy* (harapan kinerja), *effort expectancy* (harapan usaha), *social influence* (pengaruh sosial), dan *facilitating conditions* (kondisi fasilitas) yang berdampak pada niat perilaku menggunakan teknologi. Kemudian mengembangkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

model UTAUT dengan menambahkan beberapa variabel (Venkatesh et al, 2012). UTAUT2 menambahkan tiga konstruk baru ke dalam UTAUT lama, yaitu *hedonic motivation* (motivasi hedonis), *price value* (nilai harga), dan *habit* (kebiasaan).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh kemudahan penggunaan *payment* pada *financial technology* terhadap peningkatan penjualan produk.

Kemudahan yang dapat dirasakan ketika menggunakan suatu teknologi adalah penentu penting dari orang yang menerima, menerapkan dan menggunakannya (seperti *payment* pada *financial technology*). Artinya bila menggunakan *payment* pada *financial technology* dibandingkan dengan menggunakan alat pembayaran tunai justru menghadirkan kemudahan bagi pengguna, apalagi bagi penjual yang ingin menambahkan layanan pembayaran agar memudahkan pembeli yang ingin melakukan pembelian terhadap produknya.

Apabila pelanggan merasakan kemudahan layanan pembayaran pada suatu pembelian, maka besar kemungkinan pelanggan akan kembali melakukan pembelian produk karena merasakan kemudahan dalam hal pembayaran. Sehingga kembalinya pelanggan untuk membeli produk diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dari penjual. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang peneliti ajukan seperti berikut:

H1: Pengaruh kemudahan penggunaan *payment* pada *financial technology* berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan produk.

Pengaruh efektivitas penggunaan *payment* pada *financial technology* terhadap peningkatan penjualan produk.

Efektivitas dapat diukur dari kemudahan penggunaan, kecepatan memberikan hasil, dan dapat membuat waktu lebih efisien. Ketika *payment* pada *financial technology* dapat memberikan hasil secara efektif terhadap penjualan produk, maka akan memberikan gambaran terhadap pengguna untuk menggunakan fitur tersebut.

Berdasar penelitian tersebut, maka hipotesis yang peneliti ajukan seperti berikut:

H2: Pengaruh efektivitas masyarakat dalam menggunakan *payment* pada *financial technology* berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan produk.

Pengaruh kepercayaan pengguna dalam menggunakan *payment* pada *financial technology* terhadap peningkatan penjualan produk.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Ketika fitur *payment* menjadi lebih dikenal dan populer secara luas, itu akan memberi pengguna wawasan yang akan memungkinkan mereka untuk mempercayai dan lebih percaya pada keandalan menggunakan *payment* pada *financial technology*. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang peneliti ajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3: Pengaruh kepercayaan pengguna dalam menggunakan *payment* pada *financial technology* berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan produk.

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu penjual yang menggunakan alat pembayaran pada *financial technology*. Penentuan jumlah sampel mengacu pada metode Hair (2010) yaitu 20 kali jumlah variabel atau 60 penjual yang menggunakan alat pembayaran pada *financial technology*. Responden dipilih melalui metode *Purposive Sampling* dan berdasarkan kriteria penggunaan teknologi keuangan dalam proses bisnis.

Jenis dan Sumber Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah dengan mengedarkan kuesioner. Pada penelitian ini kuesioner dilakukan dengan sistem pertanyaan tertutup. Metode yang digunakan untuk menghitung jawaban kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala *agree-disagree*. Skala Likert digunakan oleh peneliti untuk mengukur pengisian kuesioner. Skala Likert sangat berguna untuk mengukur sikap, anggapan, dan reaksi individu akan gejala sosial.

Variabel Dependen

Penjualan produk merupakan variabel dependen dalam penelitian ini yang dilambangkan dengan Y. Pernyataan yang disusun dalam kuesioner penelitian ini mencakup 4 pernyataan, pernyataan tersebut terdapat pada Tabel 1.

Tabel 1 Pernyataan penjualan

Item	Pernyataan
PP1	Saya mempercayai bahwa dengan pembayaran yang memanfaatkan <i>financial technology</i> dapat meningkatkan penjualan produk Saya.
PP2	Sistem pembayaran melalui <i>financial technology</i> dapat menekan biaya operasional sehingga terasa lebih menguntungkan bagi penjualan Saya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PP3	Sistem pembayaran melalui <i>financial technology</i> dapat lebih banyak menjangkau customer untuk membeli produk Saya.
PP4	Saya merasa lebih menguntungkan berjualan dengan sistem pembayaran melalui <i>financial technology</i> daripada pembayaran tunai.

Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) yaitu suatu variabel mempengaruhi atau penyebab dari perubahan variabel dependen (variabel terikat). Berikut penjelasan dari variabel independen penelitian ini:

1. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan dapat diartikan tentang kepercayaan seseorang yang ketika menggunakan suatu teknologi dapat membebaskan dari suatu usaha. Pernyataan yang digunakan sebagai indikator kemudahan akan ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2 Pernyataan kemudahan penggunaan

Item	Pernyataan
KP1	Saya menggunakan <i>payment</i> pada <i>financial technology</i> karena mudah dipelajari tentang cara penggunaannya.
KP2	Saya memakai <i>payment</i> pada <i>financial technology</i> karena penggunaannya fleksibel atau mudah disesuaikan dengan kebutuhan kita.
KP3	Penggunaan <i>payment</i> pada <i>financial technology</i> lebih terkendali dibandingkan melakukan pembayaran tunai.
KP4	<i>Payment</i> pada <i>financial technology</i> memberikan kemudahan dalam menggunakannya untuk berbagai macam transaksi.

2. Efektivitas

Efektivitas mengacu pada hasil yang diperoleh yang sesuai dengan tujuan pengguna melalui pemanfaatan teknologi. Jika pekerjaan bisa selesai sesuai rencana, baik waktu, biaya maupun kualitas, maka bisa dikatakan efektif. Pernyataan yang digunakan sebagai indikator kepercayaan dapat dilihat pada Tabel 3.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 3 Pernyataan efektivitas

Item	Pernyataan
E1	Saya rasa ketika menggunakan <i>financial technology</i> kita bisa melakukan transaksi di mana dan kapan saja.
E2	Saya mendapatkan manfaat seperti meningkatnya penjualan produk karena menggunakan <i>payment</i> pada <i>financial technology</i> .
E3	Menggunakan <i>payment</i> pada <i>financial technology</i> dapat meningkatkan kinerja saya dalam menjual produk.

3. Kepercayaan Pengguna

Kepercayaan pengguna akan didapat ketika fitur *payment* lebih dikenal dan populer secara luas sehingga akan memberi pengguna wawasan dan lebih percaya pada keandalan menggunakan *payment* pada *financial technology*. Pernyataan sebagai indikator kepercayaan bisa disimak pada Tabel 4.

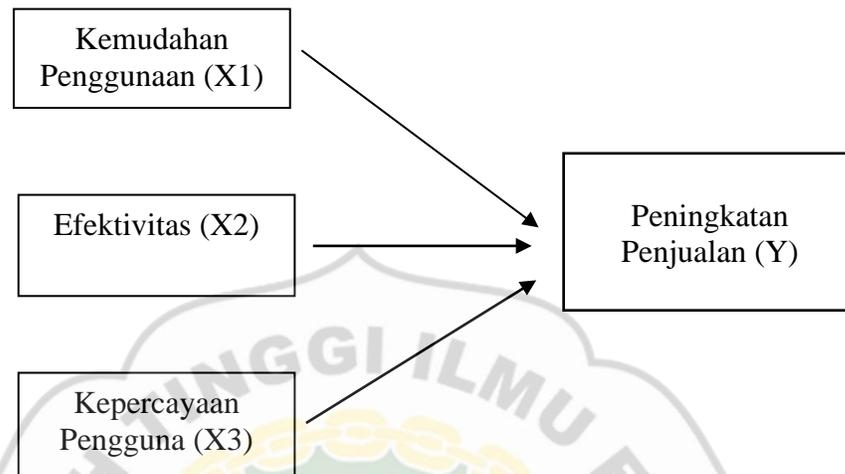
Tabel 4 Pernyataan kepercayaan

Item	Pernyataan
K1	Saya menggunakan <i>payment</i> pada <i>financial technology</i> karena saya percaya bahwa fitur ini diperbolehkan untuk digunakan atau dioperasikan secara individual.
K2	Saya percaya ketika menggunakan <i>payment</i> pada <i>financial technology</i> akan memudahkan sistem pembayaran saat melakukan transaksi.
K3	Saya percaya ketika menggunakan <i>payment</i> pada <i>financial technology</i> , biaya yang saya serahkan akan disalurkan kepada pihak yang bersangkutan dengan tepat.

Model Penelitian

Model penelitian ini menjelaskan bagaimana alur berfikir peneliti dalam menerangkan hubungan dari satu variabel dengan variabel yang lain. Bentuk kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Gambar 1 Model Penelitian

Hasil Analisis dan Pembahasan

Berikut merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diolah menggunakan aplikasi WarpPLS versi 7.0 sebagai berikut:

Deskripsi Responden

Pada komponen ini, akan diterangkan mengenai karakteristik dari responden. Karakteristik yang digunakan peneliti adalah jenis kelamin, usia, pemilik usaha di bidang apa, lama waktu dalam menjalankan usaha, lama waktu dalam penggunaan *fintech* sebagai alat transaksi.

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Terdapat 123 responden yang mengisi pernyataan kuesioner yang telah disebar. Berdasarkan jenis kelaminnya, akan dijabarkan pada Tabel 5.

Tabel 5 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	82	66.7%
Laki-laki	41	33.3%
Total	123	100%

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Dalam penelitian ini terdapat 123 responden yang telah mengisi kuesioner sehingga didapatkan data mengenai usia dari para responden. Penjabaran dari usia para responden akan ditampilkan pada Tabel 6.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 6 Karakteristik responden berdasarkan usia

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
<20 tahun	23	18.7%
20-25 tahun	77	62.6%
>25 tahun	23	18.7%
Total	123	100%

3. Karakteristik responden berdasarkan pemilik usaha di bidang apa

Pada penelitian ini, diperoleh data dari 123 orang dan terdapat data mengenai pemilik usaha di bidang apa. Jumlah dari masing-masing kategori tersebut akan dijabarkan pada Tabel 7.

Tabel 7 Karakteristik responden berdasarkan pemilik usaha di bidang apa

Keterangan	Jumlah	Persentase
Makanan	20	16,3%
Pakaian	31	25,2%
Pulsa/Kuota data	12	9,8%
Lainnya	60	48,7%
Total	123	100%

4. Karakteristik responden berdasarkan lama waktu dalam menjalankan usaha

Pada penelitian yang mendapatkan 123 responden tersebut, peneliti mendapatkan data tentang sudah berapa lama dalam menjalankan usahanya. Jawaban dari responden mengenai data sudah berapa lama dalam menjalankan usahanya akan dijabarkan dalam Tabel 8.

Tabel 8 Karakteristik responden berdasarkan sudah berapa lama dalam menjalankan usaha

Keterangan	Jumlah	Persentase
<1 tahun	66	53,7%
1-2 tahun	24	19,5%
3-4 tahun	14	11,4%
>4 tahun	19	15,4%

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Total	123	100%
-------	-----	------

11. Karakteristik responden berdasarkan lama waktu dalam menggunakan *fintech* sebagai alat transaksi

Pada penelitian yang dilakukan ini, 123 orang telah bersedia untuk mengisi kuesioner yang telah peneliti sebar. Dari beberapa pertanyaan kuesioner yang ada, peneliti mendapatkan data mengenai lama penggunaan *fintech* sebagai alat transaksi. Mengenai data tersebut akan peneliti jabarkan pada Tabel 9.

Tabel 9 Karakteristik responden berdasarkan lama menggunakan *fintech* sebagai alat transaksi

Keterangan	Jumlah	Persentase
<1 tahun	71	57,7%
1-3 tahun	39	31,7%
4-6 tahun	8	6,5%
>6 tahun	5	4,1%
Total	123	100%

Statistik Deskriptif

Berikut akan ditunjukkan hasil perhitungan dari data statistik deskriptif masing-masing variabel.

Tabel 10 Hasil statistik deskriptif

		Descriptive Statistics				
Variabel	Indikator	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Kemudahan Penggunaan	KP1	123	1,000	5,000	4,163	0,739
	KP2	123	1,000	5,000	4,252	0,764
	KP3	123	1,000	5,000	3,927	0,851
	KP4	123	1,000	5,000	4,244	0,750
Efektivitas	E1	123	1,000	5,000	4,285	0,835
	E2	123	2,000	5,000	3,984	0,789
	E3	123	1,000	5,000	4,041	0,824
Kepercayaan	K1	123	1,000	5,000	3,991	0,763
	K2	123	1,000	5,000	4,244	0,750
	K3	123	1,000	5,000	4,057	0,803
Peningkatan Penjualan	PP1	123	2,000	5,000	3,854	0,817
	PP2	123	1,000	5,000	3,813	0,899

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PP3	123	1,000	5,000	4,049	0,756
PP4	123	1,000	5,000	3,854	0,938

Hasil Uji Validitas Konvergen

Syarat dalam pengujian validitas konvergen ini adalah menggunakan *factor loading* dengan nilai harus lebih besar dari 0.7 (>0.7) dan nilai *p* signifikan lebih kecil dari 0.05. Hasil uji validitas konvergen dari masing-masing variabel akan ditunjukkan seperti berikut.

Uji validitas konvergen variabel kemudahan penggunaan

Tabel 11 Uji validitas konvergen variabel kemudahan penggunaan

Indikator	X1	P Value	Keterangan
KP1	0.907	<0.001	Valid
KP2	0.894	<0.001	Valid
KP3	0.795	<0.001	Valid
KP4	0.871	<0.001	Valid

Dari hasil perhitungan yang diolah menggunakan WarpPLS 7.0, untuk variabel kemudahan penggunaan yang terdiri dari 4 indikator tersebut nilai *cross-loading factor* lebih dari 0.7 dan nilai *P-value* < 0.001 atau kurang dari 0.05, maka dapat ditarik kesimpulan jika variabel X1 dikatakan valid.

Uji validitas konvergen variabel efektivitas

Tabel 12 Uji validitas konvergen variabel efektivitas

Indikator	X2	P Value	Keterangan
E1	0.730	<0.001	Valid
E2	0.882	<0.001	Valid
E3	0.907	<0.001	Valid

Dari hasil kalkulasi yang diolah menggunakan WarpPLS 7.0, untuk variabel efektivitas yang terdiri dari 3 indikator tersebut dapat dikatakan valid karena nilai *cross-loading factor* lebih dari 0.7 dan nilai *P-value* < 0.001 atau kurang dari 0.05.

Uji validitas konvergen variabel kepercayaan

Tabel 13 Uji validitas konvergen variabel kepercayaan

Indikator	X3	P Value	Keterangan
K1	0.882	<0.001	Valid
K2	0.926	<0.001	Valid
K3	0.871	<0.001	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dilihat dari hasil kalkulasi yang diolah menggunakan WarpPLS 7.0, variabel kepercayaan juga dapat dikatakan valid dengan nilai *cross-loading factor* lebih dari 0.7.

Uji validitas konvergen variabel peningkatan penjualan

Tabel 14 Uji validitas konvergen variabel peningkatan penjualan

Indikator	Y1	P Value	Keterangan
PP1	0.815	<0.001	Valid
PP2	0.823	<0.001	Valid
PP3	0.863	<0.001	Valid
PP4	0.865	<0.001	Valid

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan WarpPLS 7.0, variabel peningkatan penjualan (Y1) dapat dikatakan valid karena nilai *cross-loading factor* nya lebih dari 0.7 dan nilai P-value kurang dari 0.001 telah terpenuhi.

Hasil Uji Validitas Diskriminan

Cara menilai valid atau tidaknya nilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan nilai *loading* dengan konstruk lain. Jika nilai *loading* lebih besar dari nilai konstruk lain, maka dapat dikatakan memenuhi kriteria penilaian validitas diskriminan, begitu sebaliknya. Berikut hasil uji validitas diskriminan dari masing-masing variabel.

Uji validitas diskriminan variabel kemudahan penggunaan

Tabel 15 Uji validitas diskriminan variabel kemudahan penggunaan

Indikator	Nilai Loading		Konstruk lainnya			Keterangan
			X2	X3	Y1	
KP1	0.907	>	0.118	-0.002	-0.019	Memenuhi
KP2	0.894	>	-0.015	0.045	0.012	Memenuhi
KP3	0.795	>	-0.167	-0.232	0.176	Memenuhi
KP4	0.871	>	0.045	0.167	-0.153	Memenuhi

Dapat kita lihat hasil untuk variabel kemudahan penggunaan dengan 4 indikator yang disimbolkan dengan KP1 sampai dengan KP4 ini, menampilkan bahwa semua nilai *loading* lebih besar dari nilai *loading* pada konstruk lain. Maka dapat disimpulkan untuk uji validitas diskriminan pada variabel kemudahan penggunaan ini telah terpenuhi.

Uji validitas diskriminan variabel efektivitas

Tabel 16 Uji validitas diskriminan variabel efektivitas

Indikator	Nilai Loading	Konstruk Lainnya	Keterangan
-----------	---------------	------------------	------------

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

			X1	X3	Y1	
E1	0.730	>	0.266	0.452	-0.304	Memenuhi
E2	0.882	>	-0.309	-0.281	0.224	Memenuhi
E3	0.907	>	0.087	-0.091	0.027	Memenuhi

Variabel efektivitas dapat dikatakan telah terpenuhi untuk uji validitas diskriminannya. Hal ini dapat dilihat dari semua nilai *loading* yang lebih besar dari 0.7 (>0.7), sedangkan semua nilai *loading* pada konstruk lainnya lebih kecil dari 0.5 (<0.5).

Uji validitas diskriminan variabel kepercayaan

Tabel 17 Uji validitas diskriminan variabel kepercayaan

Indikator	Nilai <i>Loading</i>		Konstruk Lainnya			Keterangan
			X1	X2	Y1	
K1	0.882	>	-0.060	0.139	-0.009	Memenuhi
K2	0.926	>	0.115	-0.124	0.015	Memenuhi
K3	0.871	>	-0.061	-0.009	-0.006	Memenuhi

Uji validitas diskriminan variabel kepercayaan ini dapat dinyatakan telah terpenuhi. Semua nilai *loading* pada konstruk lain bernilai lebih kecil atau kurang dari 0.5 (<0.5) daripada nilai *loading* dari indikator-indikator pada variabel kepercayaan ini yaitu lebih besar dari 0.7 (>0.7) sehingga syarat ini telah terpenuhi.

Uji validitas diskriminan variabel peningkatan penjualan

Tabel 18 Uji validitas diskriminan variabel peningkatan penjualan

Indikator	Nilai <i>Loading</i>		Konstruk lainnya			Keterangan
			X1	X2	X3	
PP1	0.815	>	-0.286	0.366	-0.001	Memenuhi
PP2	0.823	>	0.271	-0.290	-0.011	Memenuhi
PP3	0.863	>	-0.096	0.143	-0.022	Memenuhi
PP4	0.865	>	0.107	-0.212	0.033	Memenuhi

Uji validitas diskriminan variabel peningkatan penjualan telah memenuhi syarat. Dapat dikatakan memenuhi syarat karena nilai *loading* dari indikator-indikator tersebut lebih besar dari nilai *loading* pada konstruk lain, sehingga dapat dikatakan telah terpenuhi.

Hasil Uji Reliabilitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Terdapat dua indikator dalam pengujian reliabilitas, yakni *cronbach's alpha coefficients* dan *composite reliability*. Syarat diterimanya uji reliabilitas yaitu nilai *Cronbach's Alpha Coefficients* dan nilai *Composite Reliability Coefficients* lebih dari 0.7. Berikut hasil uji reliabilitas.

Tabel 19 Uji reliabilitas

Indikator	<i>Composite Reliability Coefficients</i>	<i>Cronbach's Alpha Coefficients</i>	Simpulan
KP (X1)	0.9	0.8	Sangat Reliabel
E (X2)	0.8	0.7	Reliabel
K (X3)	0.9	0.8	Sangat Reliabel
PP (X4)	0.9	0.8	Sangat Reliabel

Untuk hasil perhitungan uji reliabilitas, dikatakan telah memenuhi syarat karena nilai *Cronbach's Alpha Coefficients* dan *Composite Reliability Coefficients* dari seluruh variabel lebih dari 0.7.

Hasil Output Goodness Fit Model

Terdapat tiga indikator yang digunakan untuk mengukur standar pengukuran atau tingkat signifikan yang meliputi APC, ARS, dan AVIF. Syarat dalam uji ini adalah nilai APC dan ARS kurang dari 0.05, dan nilai AVIF kurang dari 3.3. Berikut hasil *output goodness fit model*.

Tabel 20 Goodness fit model

	Indeks	P-value	Kriteria	Keterangan
APC	0.295	$P < 0.001$	$P < 0.05$	Signifikan
AVIF	2.807		$AVIF \leq 3.3$	Memenuhi kriteria
ARS	0.679	$P < 0.001$	$P < 0.05$	Signifikan

Hasil dari *Goodness Fit Model* ini telah terpenuhi dengan nilai APC dan ARS yang kurang dari 0.05, dan nilai AVIF kurang dari 3.3.

Pemaknaan R^2 (R-square)

Tujuan dilakukannya pengujian ini yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel laten (X) terhadap variabel endogen (Y). Berikut ini hasil dari koefisien determinasi (R^2).

Tabel 21 Pemaknaan R^2 (R-square)

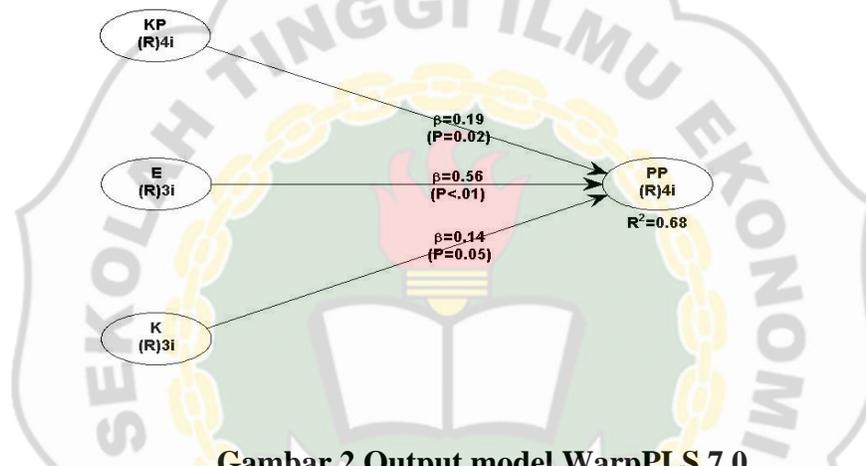
Variabel	R-Square
Peningkatan Penjualan (PP)	0.68

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasar Tabel di atas ditunjukkan bahwa nilai *R-square* dari variabel peningkatan penjualan sebesar 0.68 atau 68%. Hal ini menunjukkan bahwa 68% peningkatan penjualan dipengaruhi oleh variabel kemudahan penggunaan, efektivitas, dan kepercayaan, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lainnya.

Hasil Uji Hipotesis

Pada penelitian ini, tingkat signifikan yang digunakan oleh peneliti yaitu 1%. Sehingga hipotesis akan diterima apabila nilai *P* kurang dari sama dengan 0.01 ($P \leq 0.01$).



Gambar 2 Output model WarpPLS 7.0

Tabel 4.18 Ringkasan hasil penelitian

Hipotesis	Keterangan Jalur	Koefisien	P-Value	Ideal	Keterangan
H1	X1 (KP) – Y1 (PP)	0,19	0,02	$\leq 0,01$	Diterima
H2	X2 (E) – Y1 (PP)	0,56	$<0,01$	$\leq 0,01$	Diterima
H3	X3 (K) – Y1 (PP)	0,14	0,05	$\leq 0,01$	Diterima

Dari Tabel di atas, ringkasan dari hasil penelitian untuk hipotesis H1, H2, dan H3 dikatakan dapat diterima dalam penelitian ini.

Pembahasan

Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama (H1) yakni kemudahan penggunaan dalam menggunakan *fintech* pada sistem pembayaran berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan. Syarat agar hipotesis dapat diterima adalah nilai probabilitas yang dihasilkan kurang dari 0.01 (< 0.01). Berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan WarpPLS 7.0, nilai koefisien yang dihasilkan yaitu 0.19 dan nilai *P-value* nya yaitu 0.02 yang artinya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

hipotesis satu dapat diterima karena menggunakan tingkat nilai signifikan sebesar ≤ 0.01 .

Hasil uraian yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini adalah jika semakin banyak pengguna *fintech* yang merasakan dan mendapatkan kemudahan penggunaannya, maka penjualan yang dilakukan dengan memanfaatkan *fintech* sebagai sistem pembayarannya juga akan meningkat. Bagi bank maupun perusahaan non bank yang telah mengeluarkan produk *fintech* dapat menambah dan mengembangkan fitur-fitur atau fungsi yang dibutuhkan oleh pengguna *fintech* dalam sistem pembayaran untuk bertransaksi.

Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua (H2) yang digunakan pada penelitian ini yaitu efektivitas berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan. Dari hasil perhitungan, ditunjukkan bahwa nilai koefisien yang dihasilkan yaitu sebesar 0.56 dan nilai *P-value* nya yaitu < 0.01 dengan menggunakan tingkat signifikan ≤ 0.01 , maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis tiga dapat diterima.

Hasil uraian penjelasan dari nilai yang dihasilkan dalam penelitian ini yaitu semakin tinggi efektivitas yang dirasakan oleh pengguna *fintech* dalam menerapkannya sebagai sistem pembayarannya, maka akan meningkat pula penjualan produknya. Sebuah efektivitas yang dirasakan oleh penjual yang memanfaatkan *fintech* sebagai sistem pembayarannya yaitu penjual dapat melakukan transaksi di mana dan kapan pun karena penggunaan *fintech* tidak terpaku oleh suatu tempat. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Wildan (2019) yang mengatakan bahwa efektivitas berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech*. Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa para penjual yang menggunakan *fintech* sebagai alat pembayaran merasa bahwa penggunaan *fintech* dapat membuat waktu terasa lebih efektif. Perusahaan bank maupun non bank yang mengeluarkan *fintech* dapat membuat video tutorial penggunaan *fintech* yang memperlihatkan dapat membuat waktu lebih efektif yang berguna untuk menarik perhatian para pengguna *fintech* untuk ikut memanfaatkan *fintech* sebagai alat pembayaran.

Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga (H3) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kepercayaan pengguna berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan. Kepercayaan merupakan sebuah keyakinan yang dirasakan oleh pengguna akan penggunaan suatu produk. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan WarpPLS 7.0, nilai koefisien yang dihasilkan yaitu 0.14 dan nilai *P-value* nya 0.05 dengan menggunakan tingkat signifikan ≤ 0.01 , yang artinya hipotesis tiga dapat diterima.

Dari uraian hasil penelitian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kepercayaan dalam penelitian ini memiliki peran penting untuk meningkatkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penjualan produk para pengguna *fintech*. Hal ini dikarenakan para penjual yang menggunakan *fintech* sebagai alat pembayaran cenderung akan terdorong untuk memanfaatkan aplikasi tersebut sebagai alat pembayaran apabila *fintech* dapat dipercaya baik dari sisi keamanan maupun kenyamanan. Hipotesis ini sejalan dengan penelitian Eltin (2019) yaitu kepercayaan berpengaruh terhadap niat dalam mengadopsi *fintech*. Untuk perusahaan bank maupun perusahaan non bank dapat memasukkan testimoni dari para pengguna *fintech* di suatu website maupun sosial media untuk menarik kepercayaan bagi para calon pengguna.

PENUTUP

Kesimpulan

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menunjukkan bahwa aspek-aspek seperti kemudahan penggunaan, efektivitas, dan kepercayaan pengguna dapat meningkatkan penjualan produk. Dari hasil olah data yang ditunjukkan pada bab 4, dapat ditarik kesimpulan bahwa kemudahan penggunaan, efektivitas, dan kepercayaan pengguna memiliki pengaruh yang positif terhadap peningkatan penjualan produk.

Keterbatasan

Penelitian yang dilakukan ini memiliki keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti yang tidak pernah terlepas ketika penelitian ini berlangsung. Keterbatasan pada penelitian ini yaitu:

4. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terdiri dari 3 variabel independen yaitu kemudahan penggunaan, efektivitas, dan kepercayaan pengguna, yang sebenarnya masih ada beberapa variabel lain seperti resiko, kegunaan, minat pengguna, keamanan dan lain-lain yang bisa mempengaruhi peningkatan penjualan produk.
5. Responden yang diminta untuk menjadi subjek dalam penelitian ini hanya para pengguna *fintech* yang memiliki usaha online atau memiliki usaha offline namun sistem pembayarannya secara online atau melalui *fintech*.

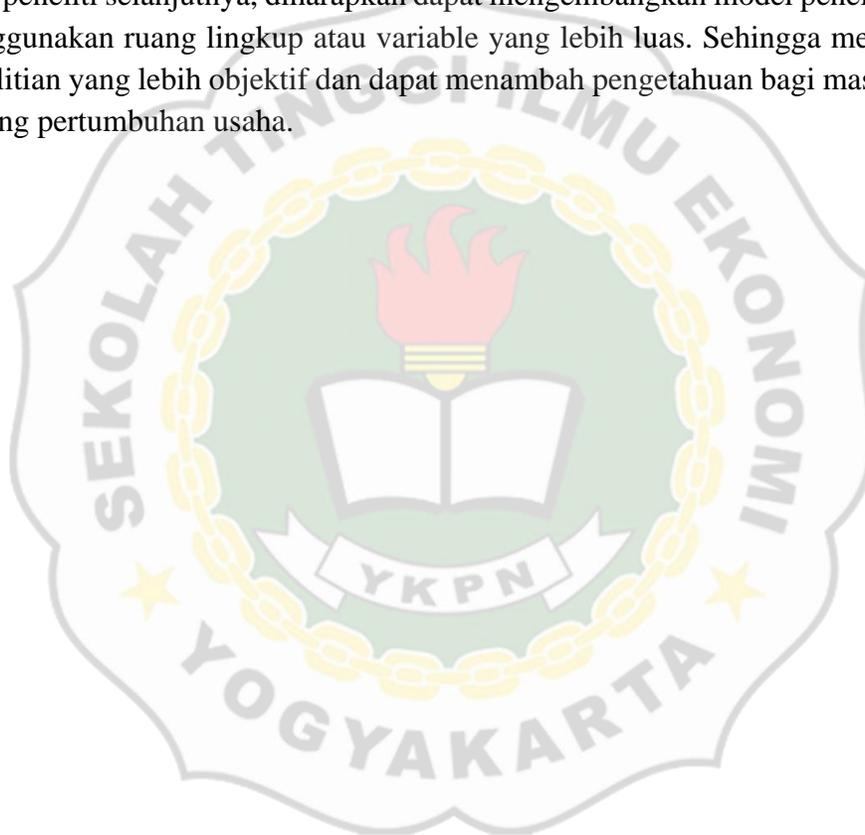
Dengan adanya pandemi *covid19* ini membuat peneliti tidak dapat secara langsung mendatangi para pelaku usaha ke tempat usaha masing-masing. Sehingga peneliti tidak dapat leluasa melakukan penyebaran kuesioner untuk penelitian ini. Namun peneliti mencari alternatif lain yaitu menyebarkan kuesioner secara *online* melalui beberapa sosial media, namun hal itu kurang berjalan dengan mulus karena ada beberapa yang mengabaikan. Hal itu membuat terhambatnya pengumpulan data kuesioner.

Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, peneliti mengutarakan beberapa saran:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Bagi para pembaca penelitian ini, diharapkan dapat memberi tambahan ilmu serta pandangan tentang kemudahan penggunaan, efektivitas, dan kepercayaan pengguna terhadap peningkatan penjualan produk.
 5. Bagi perusahaan bank maupun non bank pemilik *fintech*, diharapkan dapat memberikan koreksi ataupun referensi untuk pengembangan fitur aplikasi *fintech* terutama pada hal kemudahan penggunaan dan efektivitas agar mendapat kepercayaan pengguna untuk menggunakan *fintech* sebagai alat pembayaran.
- Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan model penelitian dengan menggunakan ruang lingkup atau variable yang lebih luas. Sehingga mendapat hasil penelitian yang lebih objektif dan dapat menambah pengetahuan bagi masyarakat luar tentang pertumbuhan usaha.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Anifa, F., Anisa., Fadhila N., & Prawira, I. F. A. (2020). *Tingkat Kemudahan Dan Manfaat Pada Penggunaan Layanan Go-Pay Bagi Minat Pengguna Di Indonesia*. Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi, 3 (1): 37-49.
- Bank Indonesia. (2016). Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 18/22/DKSP Tanggal 27 September 2016 Perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital. https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/se_182216.aspx. Diakses 25 Oktober 2020.
- Bank Indonesia. (2020). *Edukasi Dan Perlindungan Konsumen Sistem Pembayaran*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/fintech/Pages/default.aspx>. Diakses 15 November 2020.
- Bendi, R. Kristoforus Jawa & Andayani, Sri. (2013). Analisis Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Menggunakan Model UTAUT.
- Eltin, G. Q. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Berperilaku Dalam Mengadopsi Financial Technology (Fintech)*. Skripsi. Lampung: Universitas Lampung.
- Gusrizaldi, R. & Komalasari E. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan*. Jurnal Valuta, 2 (2): 286-303.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall, 5 (3): 207-219. Upper Saddle River.
- Morgan dan Hunt. (1994). *Pengertian Dan Manfaat Kepercayaan (Trust)*. [https://www.kajianpustaka.com/2016/05/pengertian-dan-manfaat-kepercayaan-trust.html#:~:text=Pengertian%20Kepercayaan,Morgan%20dan%20Hunt%20C%201994\).&text=Kepercayaan%20adalah%20suatu%20keadaan%20yang,atas%20keandalan%20serta%20kejujuran%20mitranya](https://www.kajianpustaka.com/2016/05/pengertian-dan-manfaat-kepercayaan-trust.html#:~:text=Pengertian%20Kepercayaan,Morgan%20dan%20Hunt%20C%201994).&text=Kepercayaan%20adalah%20suatu%20keadaan%20yang,atas%20keandalan%20serta%20kejujuran%20mitranya). Diakses 14 November 2020.
- Setiawan, R. A. (2018). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Sikap Penggunaan Teknologi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Persepsi Manfaat (Use Usefulness) Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: BRI Syariah KC Semarang)*. Skripsi. Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Setyaka, H. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Penjualan Karoseri Wing Box Di PT. Mitra Toyota Indonesia*. Jurnal Lentera Bisnis, 6 (1): 2252-9993.
- Silalahi, R., & Dynda P. P. (2018). *Analisis Faktor Keberhasilan Fintech Payment Dengan Menggunakan Model Delone dan Mclean*. Penelitian. Jakarta: Universitas Bakrie.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Taiwo, A.A., & Downe, A.G. (2013). The theory of user acceptance and use of technology (UTAUT): A metaanalytic review of empirical findings. *J. Theor. Appl. Inf. Technol.* 49.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., & Davis, F.D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Q.* 425–478.
- Venkatesh, V., Thong, J.Y., Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology.
- Wildan, M. & Dwi, I. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (FINTECH). Skripsi.* Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.

