

Pengaruh Norma Subjektif dan Persepsi Manfaat Terhadap Intensitas Menggunakan *Fintech Payment* dengan Sikap Pengguna Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara)

¹Tanzila Arifah Putri, ²Nurbaiti, ³Juliana Nasution

¹Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, tanzilaarifah13@gmail.com

²Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, nurbaiti@uinsu.ac.id

³Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, juliananasution@uinsu.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the effect of subjective norms and perceptions of benefits on the intensity of using fintech payment intervened through user attitude variables. The type of research used that is used is quantitative research with causality research design. The population in this study amounted to 3973 respondents. By using non-probability sampling technique, a sample of 98 people was taken using slovin formula. The data analysis technique used is path analysis. The results showed that partially subjective norm variables had no significant effect on the intensity of using fintech payment, but the perception of benefits and user attitudes had a significant effect on the intensity of using fintech payment. Subjective norm variables affect user attitudes, while the perception of benefits does not affect user attitudes. When intervened with user attitude variables, subjective norm variables affect the decision intensity of using fintech payment. While the perception of benefits does not affect the intensity of using fintech payment. As well as subjective norms, perceptions of benefits and user attitudes simultaneously affect the intensity of using fintech payments.

Keywords: *Intensity, User Attitudes, Subjective Norms, Perception Of Benefits.*

Pendahuluan

Pada era revolusi industri 4.0 saat ini, penggunaan teknologi berkembang dengan pesat dalam memenuhi kebutuhan manusia untuk mendapatkan informasi dan berbagai layanan elektronik lainnya. Dengan pemanfaatan teknologi, masyarakat sangat terbantu untuk mendapatkan sebuah layanan. Banyak inovasi-inovasi baru yang bermunculan di bidang teknologi digital yang berdampak pada peningkatan penggunaan gadget dan internet. Strategi bisnis digunakan perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif pada lingkungan persaingannya. Seiring dengan berkembangnya teknologi, Strategi Bisnis sekarang juga mengalami perkembangan (Imsar, 2018).

Perkembangan Teknologi digital telah mengubah gaya hidup masyarakat masa kini yang dekat dengan gadget dan internet. Dan juga di dukung dengan fasilitas pelayanan yang berbasis teknologi digital, membuat aktivitas masyarakat menjadi lebih sederhana hanya dengan menggunakan gadget dalam genggam tangan mereka. Hal ini mendorong perkembangan bisnis berbasis teknologi digital, salah satunya adalah *Financial Technology (fintech)*. Sama halnya di bidang keuangan atau *financial* juga

mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Dalam hal ini, teknologi dan *financial* memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain (Miswan, 2019).

Dalam bidang keuangan, sistem pembayaran dan segala jenis transaksi mengalami pergeseran, yakni dari sistem manual beralih kepada sistem digital. Gaya hidup *cashless* (non-tunai) di kalangan masyarakat Indonesia perlahan sudah mulai tumbuh. Penggunaan uang elektronik kini mulai meluas, hal ini dapat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah transaksi keuangan yang menggunakan uang elektronik di setiap tahunnya.

Pada saat Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) 2021, persentase menggunakan *e-wallet* mencapai 65% yaitu sekitar 63,6 juta pengguna atau sekitar 25,6% dari total populasi di Indonesia hingga saat ini. *Cash on delivery* (COD) menduduki peringkat kedua sebagai metode pembayaran terbanyak digunakan pada Harbolnas tahun 2021, persentasenya mencapai 29%. Kemudian, ada 25% konsumen melakukan pembayaran lewat metode *virtual account* (VA). Sementara itu, sebanyak 21% konsumen melakukan pembayaran melalui bank *mobile wallet*. Metode pembayaran lainnya yang juga banyak digunakan yaitu, *mobile banking* 19% dan *internet banking* 14%.

Industri *fintech* di Indonesia didominasi oleh sektor *payment* sebesar 38%, *Lending* sebesar 31%, *Personal Finance and Wealth Management* sebesar 8% dan sisanya diisi oleh sektor lainnya (www.fintechnews.sg). Berbagai jenis produk *payment* telah meramaikan industri *fintech* seperti: *e-money card*, kartu *e-toll*, *e-wallet*, dan bentuk aplikasi lain dengan berbagai merk seperti: Go pay, OVO, Dana, Sakuku, LinkAja, Jenius, Octo Go Mobile, Doku, Mega Mobile, iSaku dan merek-merek yang lain (Aulia, 2020).

Menurut laporan *We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022. Jumlah itu naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2019-2020 mengumumkan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia didominasi oleh kelompok usia 15-24 tahun sebanyak 91% atau sekitar 68 juta jiwa (Birokesra Babelprov, 2022).

Populasi Generasi Z (lahir pada tahun 1997-2012) di Indonesia menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) berjumlah 74,93 juta jiwa di tahun 2020, atau 27,94% dari jumlah penduduk Indonesia. Hasil Sensus Penduduk (SP2020) pada september 2020 tercatat jumlah penduduk sebesar 270,20 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2022).

Dari tersebut, menggambarkan bahwa kesadaran terhadap kompetisi teknologi di Indonesia masih rendah, menilai dari jumlah pengguna *e-wallet*, jumlah pengguna internet serta jumlah generasi Z mengalami perbedaan yang cukup signifikan dengan jumlah populasi yang ada di Indonesia. Ternyata, masih banyak penduduk Indonesia yang lebih nyaman dan menyukai transaksi manual atau tunai, yang menggambarkan bahwa masih sedikitnya masyarakat Indonesia yang beralih pembayaran non-tunai.

Mengingat transaksi yang banyak terjadi di lingkungan kampus adalah transaksi yang relatif kecil (mikro) dengan intensitas yang cukup tinggi, maka dari itu uang elektronik merupakan jawaban dari kebutuhan masyarakat dalam pembayaran mikro. Mahasiswa saat ini identik dengan *lifestyle yang up to date*, sehingga dapat dikatakan bahwa mereka merupakan konsumen yang banyak melakukan aktivitas jual-beli di pasaran. Mahasiswa yang sudah memiliki pemahaman tentang literasi keuangan seharusnya lebih yakin dalam menggunakan dompet digital. Namun masih ada beberapa yang belum menggunakan karena beberapa alasan tertentu. Kebanyakan

mahasiswa menggunakan e-wallet karena adanya promo yang diberikan (Nawawi, 2020). Berdasarkan wawancara singkat yang dilakukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, bahwasanya banyak mahasiswa yang saat ini menggunakan *e-wallet* dalam bertransaksi.

Setiap individu pada umumnya memiliki perilaku yang tidak sama. Tiap individu bisa memilih dan melakukan berbagai jenis keputusan dalam menggunakan suatu produk ataupun jasa, contohnya keputusan dalam menggunakan *fintech* dengan jenis dompet digital OVO. Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas setiap individu dalam menggunakan *fintech payment* yang pertama ialah norma subjektif. Ula Rahmatika & Muhammad Andryzal Fajar telah melangsungkan penelitian terkait norma subjektif yang memperoleh sebuah temuan bahwa minat dalam menggunakan aplikasi berbasis *fintech* mendapatkan pengaruh yang signifikan dari variabel norma subjektif (Rahmatika & Fajar, 2019). Namun pernyataan tersebut disanggah oleh Restu Guriting & Zaki Baridwan yang mengemukakan bahwa perbedaan usia mengakibatkan tidak konsistennya hasil penelitian.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi intensitas menggunakan *fintech payment* adalah persepsi manfaat dan sikap pengguna. Persepsi manfaat merupakan tingkat di mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan *fintech payment* akan merasakan sebuah manfaat.

Di dalam penelitian ini, sikap pengguna berperan sebagai variabel intervening yaitu variabel yang memiliki hubungan tidak langsung antara variabel dependen dan variabel independen. Sikap pengguna mengacu pada sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak apabila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya.

Landasan Teori

Technology Acceptance Model (TAM)

Salah satu teori yang dapat menjelaskan tentang penerimaan individu dalam menggunakan teknologi yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989. Davis menggunakan TAM untuk menjelaskan perilaku penggunaan (*Usage Behavior*) pada sebuah teknologi. Teori ini diadopsi dari beberapa model yang dibangun untuk menganalisa serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi baru, diantaranya yang tertulis dalam berbagai literature serta referensi hasil riset di bidang teknologi informasi yaitu *Theory Planned of Reasoned Action (TRA)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)* (Davis, Bagozzi, and Warshaw 1989). Ada lima hal yang mendasari teori TAM, hal tersebut adalah:

1. Kegunaan Persiapan (*perceived usefulness*)
2. Kemudahan persiapan (*perceived ease of use*)
3. Sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using a technology*)
4. Minat Penggunaan (*intention to use*).

Theory of Planned Behavior

Teori lain yang dapat menjelaskan penerimaan individu dalam menggunakan teknologi adalah *Theory of Planned Behavior (TPB)*, teori ini dapat menjelaskan bahwa kepercayaan dan risiko dapat mempengaruhi individu berminat atau mempunyai keinginan untuk menggunakan teknologi.

Intensitas

Menurut Chaplin intensitas merupakan sebuah kekuatan yang sifatnya mendukung suatu pendapat ataupun sikap. Sedangkan berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, intensitas adalah suatu keadaan tingkatan atau ukuran intensinya. Wulandari menguraikan bahwa intensitas mengacu pada pengertian mengenai penggunaan waktu untuk melakukan aktivitas tertentu (durasi) dengan jumlah ulangan tertentu dalam jangka waktu tertentu (frekuensi) (Aqromy, 2019).

Adapun indikator pengukuran intensitas menggunakan *fintech payment* adalah sebagai berikut:

1. Motivasi
2. Frekuensi
3. Durasi
4. Minat

Norma Subjektif

Norma sosial terbagi menjadi beberapa jenis, salah satunya adalah Norma Subjektif. Melalui *Theory of Planned Behaviour*, Ajzen mengungkapkan bahwa Norma subjektif adalah sebuah kepercayaan atas perilaku yang dipengaruhi orang lain sehingga individu terpengaruh untuk berperilaku (Surianto 2020). Adapun indikator pengukuran norma subjektif adalah sebagai berikut (Achadi, Surveyandini, and Prabawa 2021):

1. Keluarga
2. Teman
3. Media cetak/elektronik

Persepsi Manfaat

Menurut Davis, persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Menurut Kotler persepsi bukan hanya terjadi pada rangsangan secara fisik akan tetapi juga berhubungan dengan lingkungan di sekitar serta kondisi seseorang yang bersangkutan (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021). Adapun indikator pengukuran persepsi manfaat menurut Davis ialah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kinerja
2. Memudahkan pekerjaan
3. Merasakan keseluruhan manfaat teknologi

Sikap Pengguna

Attitude toward using dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan teknologi dalam pekerjaannya (Davis, 1993). Adapun indikator pengukuran sikap pengguna adalah sebagai berikut (Parmitasari, 2018):

1. Keyakinan
2. Atribut yang dimiliki individu

Fintech

Salah satu perkembangan teknologi di bidang keuangan adalah *fintech* (*financial technology*). Menurut peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 pasal 1 tentang penyelenggaraan teknologi finansial mengemukakan bahwa teknologi finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan,

teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran (Hendra Harmain, et.al., 2022).Aktivitas *fintech* diklasifikasikan dalam 4 kategori yakni;

1. *Peer-to-Peer (P2P) Lending dan Crowdfunding*
2. *Manajemen Risiko (Risk Management)*
3. *Pembayaran, Transfer, Kliring, dan penyelesaian (Payment, clearing and settlement)*
4. *Market Agregator*

***Fintech* dalam Pandangan Islam**

Fintech dalam Islam merupakan suatu pembahasan fikih kontemporer (Qadhaya Mu'ashirah).Yaitu suatu pembahasan dalam fikih yang tidak secara utuh ada hukumnya, dikarenakan pembahasannya baru muncul belakangan.Namun membutuhkan kaidah ushul fikih atau dasar/filosofi suatu hukum fikih. Jamal al-Banna dalam karyanya Nahwa Fiqh Jadid menyebutkan beberapa alasan akan kebutuhan Ijtihad. Diantaranya bahwa slogan ajtahidu ra'yii walaa `aalu, ijtihad dipahami ulama ushul fikih dengan bagian dari qiyas, sebagaimana dikatakan oleh imam Syafi'i bahwa ijtihad dan qiyas adalah dua nama yang berbeda dengan maksud yang sama. Bahkan jika dalam pemahaman ulama klasik tentang ijtihad dengan Istihsan, urf, masalah mursalah yang pada kesimpulannya adalah tentang maqasid syariah, maka ijtihad itu sendiri ialah tentang maqasid Syariah.

Metodologi Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2022 dan selesai pada bulan Oktober 2022.Adapun yang menjadi populasi di dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara stambuk 2018-2021 berjumlah 3973 orang. Sedangkan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin diperoleh sebesar 97,5 yang dibulatkan menjadi 98 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara stambuk 2018-2021 yang terdiri dari mahasiswa S1, dan S2.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang merupakan suatu daftar pertanyaan yang memungkinkan seorang analis sistem untuk mengumpulkan data dan pendapat dari responden yang terpilih (Rahmani, 2016). Dan menggunakan Skala Likert yang dipakai sebagai alat ukur pendapat seseorang tentang suatu kejadian atau fenomena.Penelitian ini menggunakan teknik analisis data uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji analisis jalur serta sobel tes untuk menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung pada variabel dalam penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Kriteria pengambilan keputusan uji validitas produk *moment pearson correlation*, yaitu jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dinyatakan valid sedangkan jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen dinyatakan tidak valid (Hardani et al., 2020).Tabel uji validitas kuesioner dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Norma Subjektif (X1)	Pernyataan 1	0,442	0,1671	Valid
	Pernyataan 2	0,712	0,1671	Valid
	Pernyataan 3	0,663	0,1671	Valid
	Pernyataan 4	0,621	0,1671	Valid
	Pernyataan 5	0,704	0,1671	Valid
	Pernyataan 6	0,635	0,1671	Valid
Persepsi Manfaat (X2)	Pernyataan 1	0,631	0,1671	Valid
	Pernyataan 2	0,665	0,1671	Valid
	Pernyataan 3	0,668	0,1671	Valid
	Pernyataan 4	0,733	0,1671	Valid
	Pernyataan 5	0,780	0,1671	Valid
	Pernyataan 6	0,737	0,1671	Valid
Intensitas (Y)	Pernyataan 1	0,588	0,1671	Valid
	Pernyataan 2	0,789	0,1671	Valid
	Pernyataan 3	0,711	0,1671	Valid
	Pernyataan 4	0,645	0,1671	Valid
	Pernyataan 5	0,602	0,1671	Valid
	Pernyataan 6	0,463	0,1671	Valid
Sikap Pengguna (Z)	Pernyataan 1	0,730	0,1671	Valid
	Pernyataan 2	0,760	0,1671	Valid
	Pernyataan 3	0,720	0,1671	Valid
	Pernyataan 4	0,709	0,1671	Valid

Berdasarkan perhitungan uji validitas terhadap seluruh item pertanyaan dari semua variabel dapat dilihat bahwa pada masing-masing butir pernyataan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel di atas dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka instrument tersebut dapat dikatakan reliable. Begitupun sebaliknya, jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka instrument tersebut dapat dikatakan tidak handal. Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Norma Subjektif (X1)	0,698	0,60	Reliabel
Persepsi Manfaat (X2)	0,683	0,60	Reliabel
Intensitas (Y)	0,710	0,60	Reliabel
Sikap Pengguna (Z)	0,686	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan dari seluruh variabel teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas data memiliki tujuan untuk menguji apakah data model regresi yang digunakan, variabel residual memiliki distribusi normal. Metode yang digunakan dalam pengujian normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.51148762
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.042
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov Smirnov menunjukkan level signifikan $0,200 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel eksogen dalam model regresi. Gejala multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Jika nilai *tolerance* < 0,1 dan VIF > 10 maka telah terjadi multikolinieritas. Berikut merupakan hasil regresi yang menunjukkan nilai *tolerance* dan VIF.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas Y
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-6.498	3.892		1.669	.098		
Norma Subjektif	.172	.099	.150	1.744	.084	.909	1.100
Persepsi Manfaat	.400	.116	.292	3.448	.001	.943	1.060
Sikap Pengguna	.599	.126	.408	4.747	.000	.915	1.093

a. Dependent Variable: Intensitas

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas Z
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	16.382	2.683		6.106	.000		
Norma Subjektif	.182	.078	.233	2.332	.022	.961	1.040
Persepsi Manfaat	.127	.093	.136	1.360	.177	.961	1.040

a. Dependent Variable: Sikap Pengguna

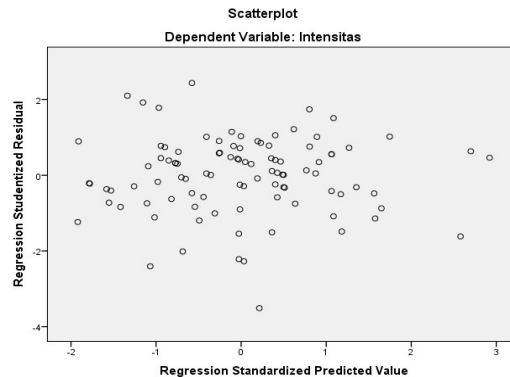
Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas di atas, dapat dilihat bahwa nilai tolerance semua variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,10. Kemudian pada VIF menunjukkan semua variabel memiliki nilai VIF < 10,00. Hal ini membuktikan bahwa seluruh variabel eksogen yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan

lainnya. Cara yang digunakan adalah dengan melihat pola gambar scatterplots. Berikut merupakan hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini:



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar di atas membuktikan bahwa titik-titik data menyebar di atas, di bawah dan di sekitar angka 0 atau tidak mengumpul hanya di atas dan di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, dan penyebaran titik-titik data tidak berpola. Maka dapat disimpulkan bahwa di dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar kecocokan semua variabel bebas yang digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikatnya. Semakin besar nilai koefisien R^2 berarti perilaku kecocokan variabel bebas terhadap variabel terikatnya akan semakin besar atau dalam arti lain model yang digunakan dalam suatu penelitian bisa dikatakan baik.

Analisis Jalur Sub Struktur I

Adapun hasil uji analisis sub struktur I dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut:

Tabel 6. Hasil Determinan (R^2) Sub Struktur I

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 ^a	.366	.346	3.120

Predictors: (Constant), Sikap Pengguna, Persepsi Manfaat, Norma Subjektif

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji determinan (R^2) pada tabel di atas, nilai R Square (R^2) adalah 0,366. Angka tersebut menunjukkan besarnya pengaruh variabel eksogen norma subjektif dan persepsi manfaat terhadap variabel intensitas secara gabungan.

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,366 \times 100\%$$

$$KD = 36,6\%$$

Sedangkan sisanya dapat di hitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$e1 = 1 - R^2$$

$$e1 = 1 - 0,366$$

$$e1 = 0,634$$

$$e1 = 63,4\%$$

Angka 63,4% mengandung makna besarnya faktor lain dalam model di luar keempat variabel eksogen di atas. Dengan kata lain, variabel intensitas yang dapat diterangkan dengan menggunakan variabel-variabel eksogen norma subjektif, persepsi manfaat, dan sikap pengguna sebesar 36,6%, sedangkan 63,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Analisis Jalur Sub Struktur II

Adapun hasil uji analisis sub struktur II dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut:

Tabel 7. Hasil Determinan (R^2) Sub Struktur II

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.292 ^a	.085	.066	2.538

Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Norma Subjektif

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji determinan (R^2) pada tabel di atas, nilai R Square (R^2) adalah 0,085. Untuk memudahkan membacanya dapat dibuat dalam bentuk persen dengan cara menghitung Koefisien Determinasi (KD) dengan menggunakan rumus berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,085 \times 100\%$$

$$KD = 8,5\%$$

Sedangkan sisanya dapat di hitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$e2 = 1 - R^2$$

$$e2 = 1 - 0,085$$

$$e2 = 0,915$$

$$e2 = 91,5\%$$

Angka 91,5 % mengandung makna besarnya faktor lain dalam model di luar keempat variabel eksogen di atas. Dengan kata lain, variabel sikap pengguna yang dapat diterangkan dengan menggunakan variabel-variabel eksogen norma subjektif dan persepsi manfaat adalah sebesar 8,5%, sedangkan 91,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Uji F

Uji F dalam analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan.

Tabel 7. Hasil Uji F Sub Struktur I
 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	528.292	3	176.097	18.090	.000 ^b
	Residual	915.024	94	9.734		
	Total	1443.316	97			

a. Dependent Variable: Intensitas

b. Predictors: (Constant), Sikap Pengguna, Persepsi Manfaat, Norma Subjektif

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} 18,090 > F_{tabel}$ sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu norma subjektif, persepsi manfaat dan sikap pengguna secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu intensitas menggunakan *fintech payment*.

Tabel 8. Hasil Uji F Sub Struktur II
 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.145	2	28.573	4.436	.014 ^b
	Residual	611.834	95	6.440		
	Total	668.980	97			

a. Dependent Variable: Sikap Pengguna

b. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Norma Subjektif

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} 4,436 > F_{tabel}$ 3,09 dengan tingkat signifikansi $0,014 < \alpha = 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu norma subjektif dan persepsi manfaat secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu sikap pengguna.

Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%.

Analisis Sub Struktur I

Tabel 8. Hasil Uji t Sub Struktur I

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6.498	3.892		-1.669	.098
Norma Subjektif	.172	.099	.150	1.744	.084
Persepsi Manfaat	.400	.116	.292	3.448	.001
Sikap Pengguna	.599	.126	.408	4.747	.000

a. Dependent Variable: Intensitas

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Menghitung besarnya angka t tabel dengan taraf signifikansi 0,05 dan *Degree of Freedom* (DF) atau Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan $DK = n - k$, atau $98 - 4 = 94$. Dari ketentuan tersebut maka diperoleh t tabel sebesar 1,986.

Dari hasil perhitungan Uji T pada tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh Norma Subjektif (X1) terhadap Intensitas (Y)
 Nilai $t_{hitung} 1,744 < t_{tabel} 1,986$ dan nilai signifikansi $0,084 >$ tingkat alpha 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap intensitas menggunakan *fintech payment*.
2. Pengaruh Persepsi Manfaat (X2) terhadap Intensitas (Y)
 Nilai $t_{hitung} 3,448 > t_{tabel} 1,986$ dan nilai signifikansi $0,001 <$ tingkat alpha 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap intensitas menggunakan *fintech payment*.
3. Pengaruh Sikap Pengguna (Z) terhadap Intensitas
 Nilai $t_{hitung} 4,747 > t_{tabel} 1,986$ dan nilai signifikansi $0,000 <$ tingkat alpha 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap intensitas menggunakan *fintech payment*.

Analisis Sub Struktur II

Tabel 9. Hasil Uji t Sub Struktur II

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.382	2.683		6.106	.000
Norma Subjektif	.182	.078	.233	2.332	.022
Persepsi Manfaat	.127	.093	.136	1.360	.177

a. Dependent Variable: Sikap Pengguna

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Menghitung besarnya angka t tabel dengan taraf signifikansi 0,05 dan *Degree of Freedom* (DF) atau Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan $DK = n - k$, atau $98 - 3 = 95$.

Dari hasil perhitungan Uji T pada tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh Norma Subjektif (X1) terhadap Sikap Pengguna (Z)
 Nilai $t_{hitung} 2,332 > t_{tabel} 1,985$ dan diperoleh nilai signifikansi $0,022 <$ tingkat alpha 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna menggunakan *fintech payment*.
2. Pengaruh Persepsi Manfaat (X2) terhadap Sikap Pengguna (Z)
 Nilai $t_{hitung} 1,360 < t_{tabel} 1,985$ dan diperoleh nilai signifikansi $0,177 >$ tingkat alpha 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna menggunakan *fintech payment*.

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis jalur (*path analysis*). Analisis ini bertujuan untuk mempelajari hubungan sebab akibat (kausal) antara variabel eksogen dan endogen (Kadir, 2016).

Uji Regresi Linier Berganda Sub Struktur I

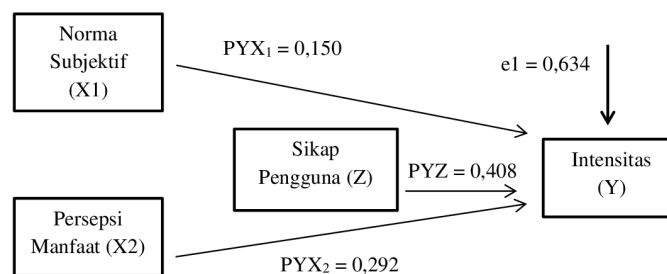
Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Sub Struktur I
 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.498	3.892		-1.669	.098
	Norma Subjektif	.172	.099	.150	1.744	.084
	Persepsi Manfaat	.400	.116	.292	3.448	.001
	Sikap Pengguna	.599	.126	.408	4.747	.000

a. Dependent Variable: Intensitas

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda sub struktur I pada tabel di atas, diperoleh nilai *standardized coefficients beta* untuk variabel norma subjektif sebesar 0,150. Nilai *standardized coefficients beta* untuk variabel persepsi manfaat sebesar 0,292. Nilai *standardized coefficients beta* untuk variabel sikap pengguna sebesar 0,408. Adapun gambar diagram jalur sub struktur I dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. Diagram Jalur Sub Struktur I

Maka persamaan struktural analisis jalur I adalah:
 $Y = PYX_1 + PYX_2 + PYZ + e1$, atau
 $Y = 0,150X_1 + 0,292X_2 + 0,408Z + 0,634e1$

Uji Regresi Linier Berganda Sub Struktur II

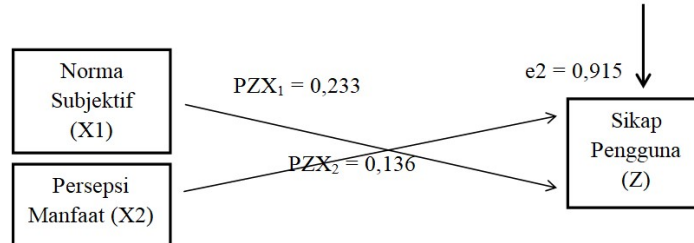
Tabel II. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Sub Struktur II
 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.382	2.683		6.106	.000
	Norma Subjektif	.182	.078	.233	2.332	.022
	Persepsi Manfaat	.127	.093	.136	1.360	.177

a. Dependent Variable: Sikap Pengguna

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda sub struktur II pada tabel di atas, diperoleh nilai *standardized coefficients beta* untuk variabel norma subjektif sebesar 0,233. Nilai *standardized coefficients beta* untuk variabel persepsi manfaat sebesar 0,136. Adapun gambar diagram jalur sub struktur II dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 3. Diagram Jalur Sub Struktur II

Maka persamaan struktural analisis jalur I adalah:

$$Z = PZX_1 + PZX_2 + e2, \text{ atau}$$

$$Z = 0,233X_1 + 0,136X_2 + 0,915e2$$

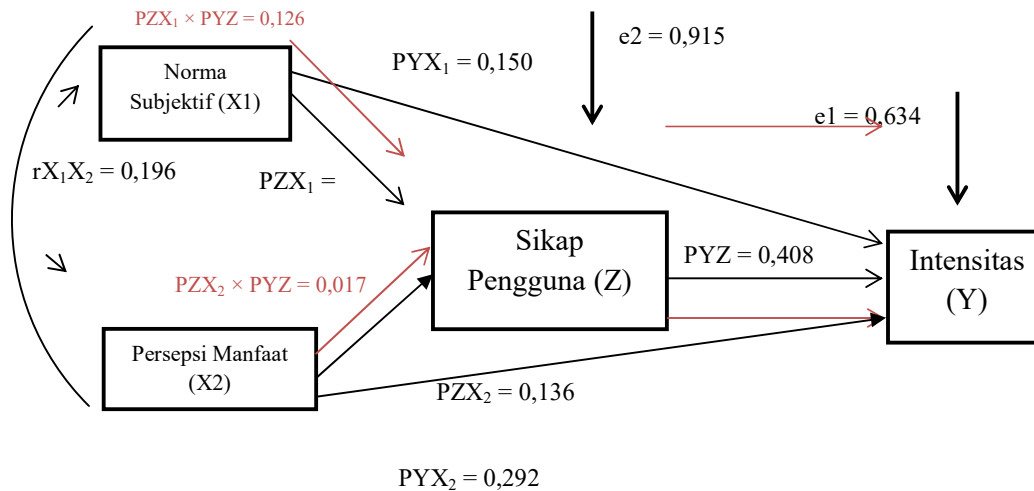
Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

1. Pengaruh variabel norma subjektif terhadap intensitas X_1 ke $Y = 0,150$
2. Pengaruh variabel persepsi manfaat terhadap intensitas X_2 ke $Y = 0,292$
3. Pengaruh variabel sikap pengguna terhadap intensitas Z ke $Y = 0,126$
4. Pengaruh variabel norma subjektif terhadap sikap pengguna X_1 ke $Z = 0,233$
5. Pengaruh variabel persepsi manfaat terhadap sikap pengguna X_2 ke $Z = 0,136$

Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

1. Pengaruh variabel norma subjektif terhadap intensitas melalui sikap pengguna $PZX_1 \times PYZ = (0,233 \times 0,126) = 0,126$
2. Pengaruh variabel persepsi manfaat terhadap intensitas melalui sikap pengguna

- $PZX_2 \times PYZ = (0,136 \times 0,126) = 0,017$
 Pengaruh Total (*Total Effect*)
- Pengaruh variabel norma subjektif terhadap intensitas melalui sikap pengguna
 $PZX_1 + PYZ = (0,233 + 0,126) = 0,359$
 - Pengaruh variabel persepsi manfaat terhadap intensitas melalui sikap pengguna
 $PZX_2 + PYZ = (0,136 + 0,126) = 0,262$



Gambar 4. Diagram Jalur Sobel Tes

Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidaknya variabel mediasi atau *intervening*.

1. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Intensitas melalui Sikap Pengguna

$$Sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

$$Sab = \sqrt{(0,599)^2(0,078)^2 + (0,182)^2(0,126)^2 + (0,078)^2(0,126)^2}$$

$$Sab = \sqrt{(0,358)(0,006) + (0,033)(0,015) + 0,000}$$

$$Sab = \sqrt{0,0021 + 0,000495 + 0,000}$$

$$Sab = \sqrt{0,002595}$$

$$Sab = 0,05$$

$$t = \frac{ab}{sab}$$

$$t = \frac{0,109}{0,05} = 2,18$$

Dari hasil perhitungan sobel test di atas diketahui nilai t hitung sebesar 2,18 yaitu lebih besar dari t tabel 1,986 maka sikap pengguna mampu memediasi hubungan pengaruh norma subjektif terhadap intensitas menggunakan *fintech payment*.

2. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Intensitas melalui Sikap Pengguna

$$Sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

$$Sab = \sqrt{(0,599)^2(0,093)^2 + (0,127)^2(0,126)^2 + (0,093)^2(0,126)^2}$$

$$Sab = \sqrt{(0,358)(0,008649) + (0,016)(0,015) + 0,000}$$

$$Sab = \sqrt{0,0030 + 0,00024 + 0,000}$$

$$Sab = \sqrt{0,00324}$$

$$Sab = 0,05$$

$$t = \frac{ab}{sab}$$

$$t = \frac{0,076}{0,05} = 1,52$$

Dari hasil perhitungan sobel test di atas diketahui nilai t hitung sebesar 1,52 yaitu lebih besar dari t tabel 1,986 maka sikap pengguna tidak mampu memediasi hubungan pengaruh persepsi manfaat terhadap intensitas menggunakan *fintech payment*.

Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Intensitas menggunakan *Fintech Payment* pada Mahasiswa FEBI UINSU

Variabel eksogen norma subjektif (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen intensitas (Y). Hasil pengujian menggunakan SPSS versi 22 diperoleh nilai t hitung < t tabel atau 1,744 < 1,986 dan diperoleh nilai signifikansi > tingkat alpha 0,05 atau 0,084 > 0,05. Maka H0 diterima dan H1 ditolak yang bermakna norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap intensitas menggunakan *fintech payment*. Sesuai penelitian Suci Julia Anrepa yang berjudul Pengaruh Penggunaan E-Wallet terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah pada Mahasiswa di Yogyakarta.

Norma subjektif adalah pengaruh dari lingkungan terdekat, dimana dalam hal ini norma subjektif tidak berpengaruh signifikan dikarenakan norma subjektif akan sulit mempengaruhi individu yang sudah berusia dewasa karena pemikiran mereka lebih matang.

2. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Intensitas menggunakan *Fintech Payment* pada Mahasiswa FEBI UINSU

Variabel eksogen persepsi manfaat (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen intensitas (Y). Hasil pengujian menggunakan SPSS versi 22 diperoleh nilai t hitung > t tabel atau 3,448 > 1,986 dan diperoleh nilai signifikansi < tingkat alpha 0,05 atau 0,01 < 0,05. Maka H0 ditolak dan H1 diterima yang bermakna persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap intensitas menggunakan *fintech payment*. Sesuai penelitian Priambodo dan Prabawani yang berjudul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang).

Generasi Z saat ini sangat mudah terpengaruh untuk menggunakan *e-wallet* dikarenakan ada banyak manfaat yang diterima seperti memudahkan untuk pembayaran membeli makanan, pembayaran transportasi, serta untuk membeli barang di *marketplace* lebih mudah dalam melakukan pembayaran.

3. Pengaruh Sikap Pengguna terhadap Intensitas menggunakan *Fintech Payment* pada Mahasiswa FEBI UINSU

Variabel eksogen sikap pengguna (Z) berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen intensitas (Y). Hasil pengujian menggunakan SPSS versi 22 diperoleh nilai t hitung > t tabel atau 4,747 > 1,986 dan diperoleh nilai signifikansi < tingkat alpha 0,05 atau 0,00 < 0,05. Maka H0 ditolak dan H1 diterima yang bermakna sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap intensitas menggunakan *fintech payment*.

Sikap dapat mempengaruhi individu mengenai tertarik atau tidaknya terhadap sesuatu. Hal inilah yang menjadi salah satu pertimbangan seseorang juga dalam menggunakan *e-wallet*.

4. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Sikap Pengguna

Variabel eksogen norma subjektif (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen sikap pengguna (Z). Hasil pengujian menggunakan SPSS versi 22 diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $2,332 > 1,985$ dan diperoleh nilai signifikansi $<$ tingkat alpha $0,05$ atau $0,022 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang bermakna norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna menggunakan *fintech payment*. Sesuai penelitian Dewi dan Ardani yang berjudul Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Ulang Produk Fashion Via Online di Kota Denpasar.

Norma subjektif dalam hal ini mampu mempengaruhi sikap pengguna dimana seseorang akan berperilaku baik jika melihat respon dari lingkungan terdekat juga baik.

5. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Sikap Pengguna

Variabel eksogen persepsi manfaat (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen sikap pengguna (Z). Hasil pengujian menggunakan SPSS versi 22 diperoleh nilai t hitung $< t$ tabel atau $1,360 < 1,985$ dan diperoleh nilai signifikansi $>$ tingkat alpha $0,05$ atau $0,177 < 0,05$. Maka bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak yang bermakna persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna menggunakan *fintech payment*. Sesuai penelitian Widiyanto dan Aryanto yang berjudul Kajian Perilaku Pengguna (User) Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Industri Kecil Menengah (SI-IKM) Kota Tegal.

6. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Intensitas menggunakan *Fintech Payment* melalui Sikap Pengguna

Dari hasil perhitungan sobel test diketahui nilai t hitung = $2,18 >$ tabel $1,986$ maka sikap pengguna mampu memediasi hubungan pengaruh norma subjektif terhadap intensitas menggunakan *fintech payment*.

Apabila sikap pengguna seseorang dalam menggunakan aplikasi OVO menunjukkan perilaku positif, maka akan mempengaruhi intensitas penggunaan OVO para mahasiswa FEBI UINSU Medan. Untuk itu, norma subjektif dapat dijadikan sebagai sarana promosi yang menguntungkan atas suatu produk keuangan.

7. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Intensitas menggunakan *Fintech Payment* melalui Sikap Pengguna

Dari hasil perhitungan sobel test diketahui nilai t hitung = $-1,52 >$ t tabel $1,986$ maka sikap pengguna tidak mampu memediasi hubungan pengaruh persepsi manfaat terhadap intensitas menggunakan *fintech payment*.

Artinya baik secara parsial persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap sikap pengguna dan ketika dilakukan pengujian mediasi persepsi manfaat tetap tidak berpengaruh signifikan terhadap intensitas menggunakan *fintech payment* melalui sikap pengguna.

8. Pengaruh Norma subjektif, Persepsi Manfaat dan Sikap Pengguna secara simultan terhadap intensitas menggunakan *fintech payment* pada mahasiswa FEBI UINSU

Berdasarkan table uji F sub struktur I, dapat dilihat bahwa nilai F hitung 18,090 > F tabel 2,70 dengan signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$. Oleh maka variabel independen yaitu norma subjektif, persepsi manfaat dan sikap pengguna secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu intensitas menggunakan *fintech payment*.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Norma subjektif tidak berpengaruh signifikan intensitas menggunakan *fintech payment* pada mahasiswa FEBI UINSU.
2. Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan intensitas menggunakan *fintech payment* pada mahasiswa FEBI UINSU.
3. Sikap pengguna berpengaruh signifikan intensitas menggunakan *fintech payment* pada mahasiswa FEBI UINSU.
4. Norma subjektif berpengaruh signifikan sikap pengguna dalam menggunakan *fintech payment* pada mahasiswa FEBI UINSU.
5. Persepsi Manfaat tidak berpengaruh signifikan sikap pengguna dalam menggunakan *fintech payment* pada mahasiswa FEBI UINSU.
6. Norma subjektif berpengaruh terhadap Intensitas menggunakan *Fintech Payment* melalui Sikap Pengguna.
7. Persepsi Manfaat tidak berpengaruh terhadap Intensitas menggunakan *Fintech Payment* melalui Sikap Pengguna.
8. Norma subjektif, persepsi manfaat dan sikap pengguna secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu intensitas menggunakan *fintech payment*.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis kemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti
Penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai pengaruh norma subjektif, persepsi manfaat, terhadap intensitas menggunakan *e-wallet* dengan sikap pengguna sebagai variabel *intervening* dimana titik fokus penelitian ini ialah OVO.
2. Bagi Akademis
Studi ini diharapkan mampu menjadi referensi dalam menangani masalah yang terkait dengan penggunaan uang elektronik. Serta, penelitian ini sebagai sarana pendalaman mata kuliah dan penerapan pada dunia nyata dari teori-teori yang telah dipelajari sebelumnya pada perkuliahan.
3. Bagi Masyarakat
Diharapkan dapat menjadi tambahan informasi mengenai jasa layanan ewallet OVO agar semakin yakin dalam menggunakan layanan e-wallet tersebut.
4. Bagi Pemerintah

Diharapkan mampu mengedukasi masyarakat di Indonesia tentang manfaat apa saja yang dapat dirasakan ketika menggunakan *e-wallet*.

Daftar Pustaka

- Achadi, A., Surveyandini, M., & Prabawa, A. (2021). Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Norma Subjektif terhadap Minat Beli Secara Online di bukalapak.com. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1207.
- APJII. (2020). Survei Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI.
- Aqromy, Muhammad Fariz. (2019). Hubungan antara Kontrol Diri dalam Memilih Konten dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Mahasiswa. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Psikologi dan Ilmu Budaya Universitas Islam Indonesia.
- Ardari, C. Sendy Setya. (2016). Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Remaja Awal. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma.
- Aulia, Eka Aprilianti. (2020). *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Risk*
- Azhari Akmal, (2015). *Buku Panduan Penulisan Skripsi*. Medan: Febi Press.
- D, Marchelina & Pratiwi, R. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan terhadap minat penggunaan e- money (studi kasus pada pengguna e-money kota Palembang). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 1-17.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, 13 (5)", 318-340.
- Ghodang, Hironymus. (2019). *Path Analysis (Analisis Jalur) Konsep & Praktik dalam Penelitian*. Medan: Penerbit Mitra Grup.
- Hartina Fattah, dkk. (2022). *Fintech dalam Keuangan Islam: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Publica Indonesia Utama, 2022), h.91.
- Imsar. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha UcoK Durian Medan. *Tansiq, Vol. 1, No. 2, Januari – Juni 2018*
- Ismail, M. Z. (2021). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Individu Dalam Penggunaan Financial Technology (Studi Kasus Pada Pengguna Ovo Di Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII Yogyakarta.
- Istikhomah, C. D., Mansur, R., & Hidayatullah, M. F. (2022). Peran Guru Pai Dalam Membina Akhlakul Karimah Siswa Di Era Digital Di Smpit As-Salam Malang. *Vicratina: Jurnal Pendidikan Islam*, 7(8).
- Kadir. (2016). *Statistika Terapan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Lubis, A. M., Nurbaiti, N., & Harahap, M. I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, *Fintech Peer To Peer Lending*, Dan *Payment Gateway* Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kota Medan. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi, dan kewirausahaan*, 13(2), 90-102.

- Miswan, A. (2019). Perkembangan dan Dampak Financial Technology (*Fintech*) terhadap Industri Keuangan Syariah di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 38.
- Muchtar, E. H., & Zubairin, A. (2022). *Fintech* Syariah dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 23(1), 14–21.
- Nafiah, R., & Faih, A. (2019). Analisis Transaksi Financial Technology (*Fintech*) Syariah dalam Perspektif Maqashid Syariah. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 6(2), 167–175.
- Nugroho, A., Najib, M., & Simanjuntak, M. (2018). Factors Affecting Consumer Interest In Electronic Money Usage With Theory Of Planned Behavior (TPB). *Journal of Consumer Sciences*, 3(1), 15.
- Panggalih, Restu Gurinting dan Zaki Baridwan. (2013). Minat Individu terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan *Modified Theory Of Planned Behavior*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol.I, No. 2.
- Parmitasari, R. D. A. (2018). *Determinan Kepuasan Keuangan Investor Pasar Modal di Sulawesi Selatan melalui Perilaku Investor sebagai Variabel Mediasi*. (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Prasetyo, S. (2014). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Kompensasi terhadap Kinerja karyawan dengan Kepuasan kerja sebagai Variabel *Intervening* (studi pada Hotel berbintang di Yogyakarta). *Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927.
- Qomusuddin, Ivan Fanani dan Siti Romlah. (2021). *Analisis Data Kuantitatif dengan Program IBM SPSS Statistic 20.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rahayu, Priestiani Putri. (2019). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: Rahmani Percetakan.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284.
- Rahmawati, L., Rahayu, D. D., & Nivanty, H. (2020). *Fintech Syariah: Manfaat Dan Poblematika Penerapan pada UMKM*. 5(1), 75–90.
- Robaniyah, L., Kurnianingsih, H., Studi Manajemen, P., Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, S., & Tengah, J. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Journal IMAGE*, 10(1), 53–62.
- Samsu. (2017). *METODE PENELITIAN: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*, Jambi: PUSAKA Jambi.
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Path Analysis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sekar Ayu Sridanti, Hendra Harmain, Nurwani. 2022. "Pemikiran Murniati Mukhlisin Mengenai Fintech Syariah Di Indonesia." *J-Reb : Journal-Research of Economic Dan Bussiness* 1, no. 2.

- Setyawati, Rena Eka. (2020). Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Terhadap behavioral Intention To Use* dengan *Attitude Towards Using* sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 3 No.1.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Surianto, R. B. (2020). Pengaruh Persepsi Atas Pelayanan Pajak Dan Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di KPP Pratama Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 06(1), 311-329.
- Terhadap Intention To Use E-wallet (Fintech) Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening Pada Ukm Kota Makassar.*
- Werang, Basilius Raden. *Pendekatan Kuantitatif Dalam Penelitian Sosial*. (Yogyakarta: Calpulus, 2015)
- Zulkifli, A. T. (2020). *Pengaruh Norma Subjektif Dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa (Survey Terhadap Siswa Jurusan IPS Kelas XII SMA Pesantren Cintawana Semester Genap Tahun Pelajaran 2019/2020)* (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).