



## **Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengaruh Sosial Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology* (Fintech) (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Mahasiswa Universitas Dian Nusantara)**

**Silvani Damayanti<sup>1</sup>, Fathihani Fathihani<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia, [11119207@mahasiswa.undira.ac.id](mailto:11119207@mahasiswa.undira.ac.id)

<sup>2</sup> Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia, [fathihani@undira.ac.id](mailto:fathihani@undira.ac.id)

**Korespondensi Penulis: Silvani Damayanti**

**Abstract:** *This study aims to see the influence of the Ease of Use, Social Influence and Risk factors on the interest in transacting using financial technology in the millennial generation of Dian Nusantara University students. This research includes causal associative research and has independent and dependent variables. This type of research is a quantitative research. Where data collection techniques in the form of primary. The collection of data obtained is by means of a questionnaire. The sample in this study focused on the millennial generation of Dian Nusantara University students who used Fintech, namely 105 people. The analysis used is the SEM – PLS (Structural Equation Modeling – Partial Least Square) method with smartPLS software version 3.0.*

**Keywords:** *Ease of Use, Social Influence, Risk and Interest in Transactions, Fintech.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari faktor Kemudahan Penggunaan, Pengaruh Sosial dan Risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology* pada generasi milenial Mahasiswa Universitas Dian Nusantara. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal serta terdapat variabel independent dan dependent. Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dimana teknik pengumpulan datanya berupa data primer. Pengumpulan data yang diperoleh yaitu dengan cara angket (Kuesioner). Sampel dalam penelitian ini difokuskan kepada generasi milenial Mahasiswa Universitas Dian Nusantara yang menggunakan Fintech yaitu berjumlah 105 orang. Analisis yang digunakan yaitu metode SEM – PLS (*Structural Equation Modelling – Partial Least Square*) dengan software smartPLS versi 3.0.

**Kata Kunci:** Kemudahan Penggunaan, Pengaruh Sosial, Risiko dan Minat Bertransaksi, Fintech.

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang demikian mengagumkan tersebut memang telah membawa manfaat yang luar biasa bagi kemajuan peradaban umat manusia. Jenis-jenis pekerjaan yang sebelumnya menuntut kemampuan fisik yang cukup besar, kini relatif sudah bisa digantikan oleh perangkat mesin-mesin otomatis (Tarantang *et al.*, 2019). Perkembangan teknologi digital didukung dengan penggunaan *gadget* dan internet yang juga mengalami peningkatan, anak-anak hingga orang dewasa pun menggunakannya.

*Financial technology* (Fintech) merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat. yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. Badan internasional pengawas dan rekomendasi stabilitas keuangan global atau *Financial Stability Board* (FSB) membagi jenis *financial technology* (Fintech) ke dalam empat kategori yaitu *Crowdfunding and Peer To Peer (P2P) Lending*, *Market Aggregator*, *Risk and investment Management*, dan *Payment, Settlement, and Clearing*. Sektor pembayaran saat ini mendominasi pasar *financial technology* (Fintech) di Indonesia dan menjadi bagian penting dari masyarakat saat ini.

*Digital payment* (pembayaran digital) merupakan suatu kegiatan transaksi yang menggunakan media elektronik untuk alat pembayarannya. Contoh *digital payment* yang ada seperti GoPay, OVO, Dana, ShopeePay, LinkAja, dll. *Digital payment* merupakan teknologi yang memberikan pandangan baru bagi masyarakat tentang pembayaran non-tunai yang jauh lebih praktis dan aman dalam bertransaksi. Hal ini sesuai dengan prinsip hidup generasi millennial, dimana generasi millennial cenderung menyukai hal-hal yang bersifat instan.

Generasi millennial lahir di era kemajuan teknologi, perilaku Gen Y ini amat sangat bergantung dengan teknologi internet untuk mencari beragam informasi sebelum mengambil keputusan untuk pembelian suatu produk atau menggunakan suatu jasa. Termasuk dalam menggunakan atau tidaknya sistem *digital payment* dalam kehidupan sehari-hari.

Masih ada masyarakat yang enggan untuk menggunakan *digital payment*. Hal ini disebabkan mengingat banyaknya kasus penggelapan data pribadi konsumen dan juga adanya kegagapan dalam menggunakan fasilitas. Sehingga hal tersebut yang memicu kurangnya minat menggunakan *financial technology* (Fintech) untuk melakukan transaksi. Oleh karena itu, perlu untuk diteliti faktor-faktor apa saja yang dapat memicu timbulnya minat penggunaan *financial technology* (Fintech) untuk melakukan transaksi.

Penelitian ini didukung oleh teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavioral* (TPB). *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan sebuah alat teoritis yang baik, populer, dan menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi. TAM dapat memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi berdasarkan pengaruh dari dua faktor, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Davis, dalam Morris dan Dillon, 1997) namun seiring berjalannya waktu ditambahkan persepsi risiko (*perceived risk*) (Noviatun & Riptiono, 2021).

*Theory of Planned Behavioral* (TPB) menjelaskan bahwa terdapat kepercayaan dan risiko yang bisa mempengaruhi seseorang berminat atau berkeinginan menggunakan teknologi. Faktor kontrol perilaku yang diambil sebagai variabel pada penelitian ini adalah Risiko yang menjadi faktor pendukung ataupun penghambat perilaku penggunaan teknologi (Octavia *et al.*, 2021).

Faktor yang pertama adalah kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu anggapan individu bahwa dengan menggunakan teknologi maka tidak akan

mengeluarkan usaha yang lebih dan tidak mempersulit pekerjaannya, semakin mudah penggunaan teknologi maka individu akan semakin berminat menggunakannya (Harianti, 2021). Faktor kedua adalah pengaruh sosial. Pengaruh sosial adalah pandangan seseorang pada pentingnya pendapat orang-orang yang mereka percayai pada suatu hal. Faktor yang terakhir adalah risiko. Risiko merupakan ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu (Nurdin *et al.*, 2020).

Beracuan ke pemaparan di atas, rumusan masalah dalam karya ilmiah ini seperti:

1. Apakah Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap minat *penggunaan financial technology* (Fintech) (Studi kasus pada generasi milenial Mahasiswa Universitas Dian Nusantara)?
2. Apakah Pengaruh Sosial berpengaruh terhadap minat penggunaan *financial technology* (Fintech) (Studi kasus pada generasi milenial Mahasiswa Universitas Dian Nusantara)?
3. Apakah Risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *financial technology* (Fintech) (Studi kasus pada generasi milenial Mahasiswa Universitas Dian Nusantara)?

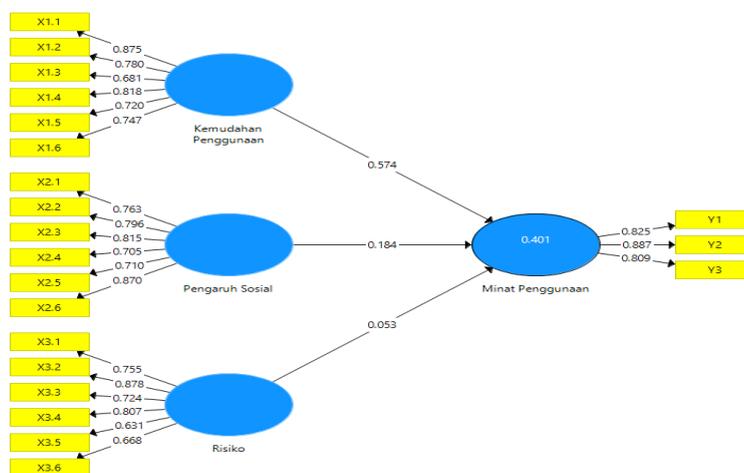
## METODE

Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal. Penelitian ini terdapat variabel independent (variabel yang mempengaruhi) dan dependent (variabel yang dipengaruhi). Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dimana teknik pengumpulan datanya berupa data primer. Pada penelitian ini hasil dari jawaban responden atas kuesioner yang telah diajukan kepada generasi millenial mahasiswa Universitas Dian Nusantara jurusan manajemen dengan konsentrasi keuangan melalui Google Form berkenaan dengan penelitian yang dilakukan yang menjadi data primer.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas Konvergen

Pengujian validitas konvergen merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu hubungan antara indikator dengan konstruk atau variable laten. Pengambilan keputusan pada pengujian ini adalah dengan membandingkan antara nilai loading factor dengan batas loading factor yang telah ditetapkan. Apabila nilai loading factor dari hasil pengujian lebih besar daripada tingkat yang telah ditetapkan maka dapat dikatakan bahwa indikator yang digunakan telah memenuhi validitas konvergen. Diketahui bahwa batas minimum bahwa data loading factor dapat dikatakan memenuhi validitas konvergen adalah 0,7. Berikut ini merupakan hasil pengujian validitas konvergen dalam penelitian ini :



Sumber: data primer yang diolah, 2023

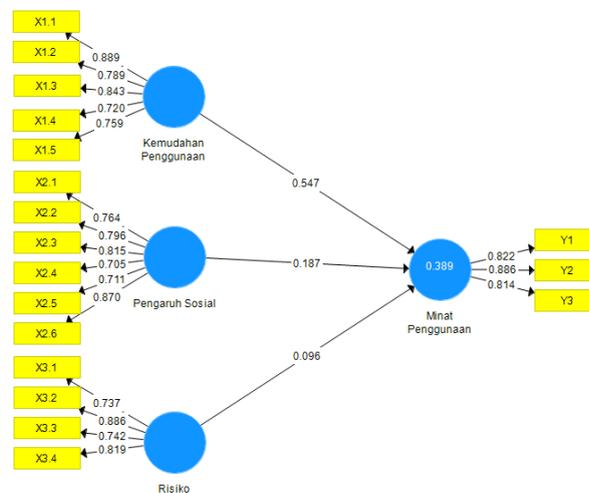
Gambar 1. Hasil Konvergen Validitas

**Tabel 1. Hasil Konvergen Validitas**

	Kemudahan Penggunaan (X1)	Pengaruh Sosial (X2)	Risiko (X3)	Minat Penggunaan (Y)	Keterangan
X1.1	0,889				Valid
X1.2	0,789				Valid
X1.3	0,681				Tidak Valid
X1.4	0,843				Valid
X1.5	0,720				Valid
X1.6	0,759				Valid
X2.1		0,764			Valid
X2.2		0,769			Valid
X2.3		0,815			Valid
X2.4		0,705			Valid
X2.5		0,711			Valid
X2.6		0,870			Valid
X3.1			0,737		Valid
X3.2			0,886		Valid
X3.3			0,742		Valid
X3.4			0,819		Valid
X3.5			0,631		Tidak Valid
X3.6			0,668		Tidak Valid
Y1				0,822	Valid
Y2				0,886	Valid
Y3				0,814	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian yang tersaji pada gambar 1 dan tabel 1 diatas, terdapat beberapa hasil kuesioner yang tidak valid atau tidak memenuhi syarat dimana indikator yang memiliki nilai loading faktor di bawah 0.70. Pada modifikasi model yang dilakukan dengan mengeluarkan indikator-indikator yang tidak memenuhi nilai loading faktor yang telah ditentukan yaitu sebanyak 3 Indikator pertanyaan yaitu : variabel kemudahan penggunaan sebanyak 1 indikator pertanyaan yaitu X13, selanjutnya variabel yang dikeluarkan yaitu variabel risiko sebanyak 2 indikator pertanyaan yaitu X35 dan X36. Terkait dengan indikator pertanyaan tersebut yang menunjukkan hasil yang tidak valid atau memiliki loading faktor dibawah sebesar 0,70. Maka dari itu, indikator pertanyaan tersebut dieliminasi pada model. Adapun hasil kuesioner yang valid setelah indikator pertanyaan tersebut dikeluarkan atau dieliminasi yaitu sebagai berikut :



Sumber: data primer yang diolah, 2023

**Gambar 2. Hasil Konvergen Validitas (Modifikasi)**

**Tabel 2. Hasil Konvergen Validitas**

	Kemudahan Penggunaan (X1)	Pengaruh Sosial (X2)	Risiko (X3)	Minat Penggunaan (Y)	Keterangan
X1.1	0,889				Valid
X1.2	0,789				Valid
X1.4	0,843				Valid
X1.5	0,720				Valid
X1.6	0,759				Valid
X2.1		0,764			Valid
X2.2		0,769			Valid
X2.3		0,815			Valid
X2.4		0,705			Valid
X2.5		0,711			Valid
X2.6		0,870			Valid
X3.1			0,737		Valid
X3.2			0,886		Valid
X3.3			0,742		Valid
X3.4			0,819		Valid
Y1				0,822	Valid
Y2				0,886	Valid
Y3				0,814	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2023

### Hasil Uji AVE

**Tabel 3. Hasil Average Variance Extracted (AVE)**

	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	0,733	Reliabel
Pengaruh Sosial	0,779	Reliabel
Risiko	0,748	Reliabel
Minat Penggunaan	0,841	Realibel

Sumber : data primer yang diolah, 2023

### Hasil Uji Unidimensionalitas

**Tabel 4. Hasil Uji Unidimensionalitas**

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
X1	0,862	0,884	0,900	0,644	Reliabel
X2	0,881	1,140	0,902	0,607	Reliabel
X3	0,810	0,827	0,875	0,637	Reliabel
Y	0,803	0,882	0,879	0,708	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian yang tersaji pada tabel 4 diatas, diketahui bahwa nilai *composite reliability* dari masing-masing variabel yang diteliti lebih besar daripada 0,7 dan nilai *Average Variance Extracted* (EVA) dari masing-masing variabel yang diteliti lebih besar daripada 0,5. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang diteliti tidak mengalami unidimensional.

### Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X1) terhadap Minat Penggunaan (Y)

Menurut Davis (1989), kemudahan didefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). Kemudahan (*ease*) bermakna tanpa kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan atau tidak perlu berusaha keras. Persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu

anggapan individu bahwa dengan menggunakan teknologi maka tidak akan mengeluarkan usaha yang lebih dan tidak mempersulit pekerjaannya, semakin mudah penggunaan teknologi maka individu akan semakin berminat menggunakannya (Harianti, 2021). Setiap teknologi diciptakan guna mempermudah aktivitas setiap individu, semakin mudah teknologi maka individu semakin berminat menggunakannya (Nurdin et al., 2020). Kemudahan penggunaan dianggap menjadi faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan *financial technology* (Fintech) (Artiningsih, 2022).

Variabel kemudahan penggunaan *financial technology* (Fintech) diartikan sebagai suatu keyakinan dimana seseorang berfikir bahwa dalam menggunakan layanan *financial technology* (Fintech) mudah untuk dipahami, dipelajari dan digunakan (Nurdin et al., 2020). Apabila pengguna berfikir *financial technology* (Fintech) mudah dipelajari, maka layanan tersebut mudah untuk digunakan dan akan sering digunakan oleh pengguna khususnya generasi milenial. Apabila generasi milenial beranggapan bahwa *financial technology* (Fintech) mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya, maka layanan tersebut mudah untuk dijalankan dan tidak membutuhkan banyak usaha. Sebaliknya, jika para generasi milenial berfikir *financial technology* (Fintech) tidak mudah untuk dipelajari, tidak terlalu rumit, maka layanan *financial technology* (Fintech) tersebut tidak menimbulkan rasa minat bagi para penggunanya (Artiningsih, 2022).

Suatu teknologi dikatakan memiliki suatu kemudahan dalam penggunaannya apabila memiliki beberapa indikator sebagai berikut : 1) Mudah dipelajari/dipahami (*ease of learn*) 2) Dapat dikontrol (*controllable*). 3) Fleksibilitas (*flexible*) 4) Mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*). 5) Mudah dioperasikan/digunakan (*easy to use*).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Triana Arum Wardani, Liliek Nur Sulistyowati (2022) bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor utama dalam penentuan minat penggunaan *financial technology* (Fintech). Dengan kemudahan penggunaan yang disediakan oleh pihak penyedia produk *financial technology* (Fintech), semakin tinggi pula minat generasi milenial untuk menggunakan *financial technology* (Fintech) dalam bertransaksi.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai t-hitung dari hasil pengujian antara variabel kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan sebesar 6,781. Jika dibandingkan dengan kriteria yang telah ditetapkan maka nilai t-hitung hasil pengujian lebih besar dari 1,96. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *financial technology* (Fintech) pada generasi milenial mahasiswa Universitas Dian Nusantara.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rakyat Aini (2020), Nurdin, Winda Nur Azizah, Rusli (2021), dan Elvi Harianti (2021) menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology* (Fintech).

### **Pengaruh Sosial (X2) Terhadap Minat Penggunaan (Y)**

Pengaruh Sosial menurut Wang dan Chou (2014) menjelaskan bahwa terdapat dua dimensi yang membentuk pengaruh sosial, yaitu *subjective norms* dan *visibility*. *Subjective norms*, adalah pengaruh sosial yang berhubungan dengan persepsi konsumen terhadap apa yang perlu dan tidak boleh dilakukan. Jika konsumen merasa dengan melakukan suatu hal dapat memberikan dampak positif bagi dirinya, maka konsumen akan memiliki sikap yang baik terhadap hal tersebut dan akan memberikan kepercayaan pada diri konsumen untuk mengikuti dan melakukan hal tersebut. *Visibility* adalah suatu pengaruh sosial yang merefleksikan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh bagaimana persepsi konsumen tersebut terhadap perilaku konsumen lain.

Pengertian Pengaruh Sosial menurut (Kotler & Armstrong, 2012) melalui (Kusuma & Hermawan, 2020) bahwa “Pengaruh Sosial adalah usaha yang dilakukan seseorang atau lebih untuk mengubah sikap, kepercayaan, persepsi, atau tingkah laku orang lain.”. Generasi milenial adalah generasi yang memiliki pemikiran terbuka akan suatu hal, sehingga para generasi milenial memang memerlukan masukan atau saran yang sekiranya relevan bagi mereka untuk bertransaksi menggunakan *financial technology* (Fintech) terlebih lagi mudah bagi mereka untuk melihat ulasan terkait aplikasi yang mereka gunakan (Aditya & Mahyuni, 2022).

Adapun indikator Pengaruh Sosial yang dijelaskan oleh Lee (2008) ada enam indikator, yaitu (Randa & Eka, 2019) : 1) Informasi dari Teman. Melalui informasi dari teman memiliki kemungkinan besar untuk mempengaruhi seseorang dalam penggunaan suatu hal. Informasi yang diberikan akan membuat seseorang tertarik. 2) Dorongan dari Teman. Setelah mendapat informasi dan melihat kita tertarik akan informasi tersebut, tidak jarang informan tersebut akan menyarankan kita untuk menggunakan hal yang sama dengannya. 3) Informasi dari Keluarga. Sama halnya dengan informasi melalui teman, keluarga pun memiliki kemungkinan besar untuk mempengaruhi seseorang dalam penggunaan suatu hal. 4) Dorongan dari Teman. Sama halnya dengan mendapat dorongan dari teman, tidak jarang informan tersebut akan menyarankan kita untuk menggunakan hal yang sama dengannya. 5) Peran. Peranan seseorang dalam menyebarkan informasi juga memiliki andil dalam mempengaruhi penggunaan suatu hal. 6) Status. Jika seseorang dengan status sosial yang tinggi seperti artis menggunakan sesuatu, hal itu dapat memberikan pengaruh kepada orang lain yang melihatnya.

Dimana semakin meningkat *social influence* (pengaruh sosial) yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu produk ataupun layanan fintech, maka akan semakin meningkat pula *behavioral intention* (minat pengguna) seseorang terhadap suatu produk ataupun layanan fintech (Nawawi, 2020).

Ketika seseorang berada di dalam lingkungan orang-orang yang menggunakan produk ataupun layanan fintech, maka lingkungan tersebut secara langsung ataupun tidak langsung dapat mempengaruhi minat untuk menggunakan produk ataupun layanan fintech pada diri individu tersebut. Dalam hal ini saran dari orang-orang yang penting memiliki peranan dalam keputusan penggunaan produk ataupun layanan fintech.

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pengaruh sosial terhadap minat penggunaan *financial technology* (Fintech) pada generasi milenial mahasiswa Universitas Dian Nusantara. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai t-hitung dari hasil pengujian antara variabel *pengaruh sosial* terhadap *minat penggunaan* sebesar 2,613. Jika dibandingkan dengan kriteria yang telah ditetapkan maka nilai t-hitung hasil pengujian lebih besar dari 1,96. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani dan Rianto (2021) dan Trisna Aditya, Luh Putu Mahyuni (2022) menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh terhadap minat penggunaan *financial technology* (Fintech).

### **Pengaruh Risiko (X3) Terhadap Minat Penggunaan (Y)**

Definisi risiko menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah akibat yang kurang menyenangkan (merugikan, membahayakan) dari suatu perbuatan atau tindakan. Atau singkatnya, risiko adalah suatu kerugian yang kita rasakan dalam suatu peristiwa. Risiko bisa dirasakan dalam hal apapun, termasuk dalam penggunaan *financial technology* (Fintech) dalam bertransaksi. Sebisa mungkin konsumen akan memilih suatu pilihan yang minim risiko. Semakin tinggi tingkat risiko yang di dapat oleh individu maka semakin rendah tingkat kepercayaan individu. Sebaliknya semakin rendah tingkat risiko yang di dapat oleh individu

maka semakin tinggi tingkat kepercayaan individu. Sebuah risiko persepsian menjadi lebih tinggi apabila minimnya informasi tentang produk (Sholehah et al., 2022).

Risiko dapat dibagi dalam lima dimensi, diantaranya adalah (Marisa, 2020) : 1). Risiko Psikologi (*psychological risk*), perasaan, emosi ataupun ego yang dirasakan oleh individu karena membeli atau menggunakan suatu produk. 2). Risiko Keuangan (*financial risk*), individu merasakan masalah keuangan setelah membeli atau menggunakan suatu produk. 3). Risiko Kinerja (*functional risk*), individu tidak mendapatkan fungsi dari suatu produk sesuai yang mereka harapkan. 4). Risiko fisik (*physical risk*), dampak negatif dari suatu produk yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakannya. 5). Risiko sosial (*social risk*), risiko ini dipengaruhi oleh lingkungan sekitar pengguna atas penggunaan suatu produk. Semakin

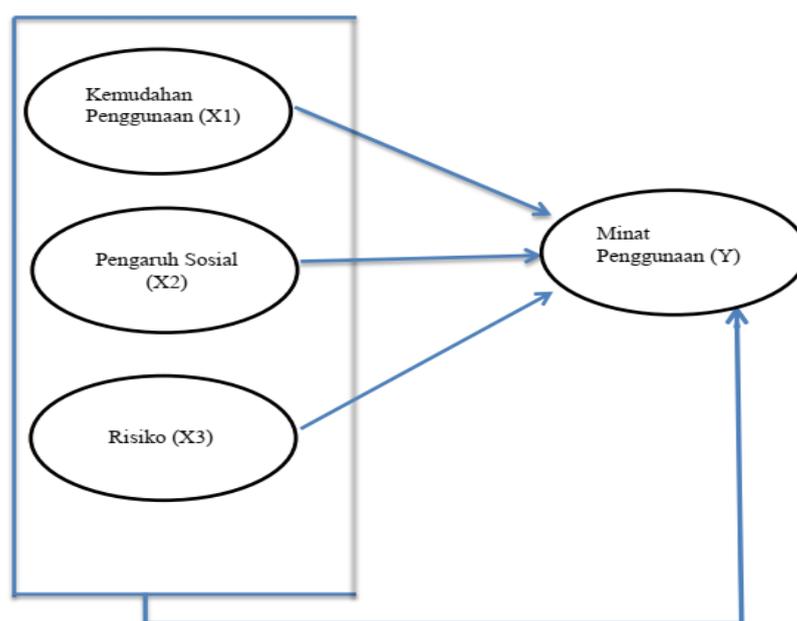
Pengguna akan mempertimbangkan risiko dari penggunaan sebuah teknologi. Pengguna yang menyadari risiko yang akan ditanggung jika menggunakan *financial technology* (Fintech) sistem pembayaran akan mengurungkan minat untuk menggunakannya. Beberapa orang mengetahui risiko yang akan ditanggung selama penggunaan, namun tetap memiliki minat menggunakannya karena memperoleh manfaat.

Risiko mempunyai peran kuat untuk mengurangi Minat untuk menggunakan *financial technology* (Fintech) sehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *financial technology* (Fintech) sistem pembayaran (Octavia et al., 2021).

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai t-hitung dari hasil pengujian antara variabel risiko terhadap minat penggunaan sebesar 1,325. Jika dibandingkan dengan kriteria yang telah ditetapkan maka nilai t-hitung hasil pengujian lebih kecil dari 1,96. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh signifikan antara *risiko* terhadap minat penggunaan *financial technology* (Fintech) pada generasi milenial mahasiswa Universitas Dian Nusantara. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Setiawan, Siti Rofingatun, Kurniawan Patma (2020), Krismi Budi Sientra (2020), dan Oktafalia Marisa (2020) menunjukkan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *financial technology* (Fintech).

### Conceptual Framework

Beracuan ke penjabaran di atas, didapat kerangka berpikir pada ulasan ini.



Gambar 3: Kerangka Berpikir

Beracuan ke penjabaran di atas, mempertegas jika:

1. H1: Kemudahan Penggunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y)
2. H2: Pengaruh Sosial (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y)
3. H3: Risiko (X3) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y)

## KESIMPULAN

Berdasar penuturan di atas, rumusan hipotesis pada artikel selanjutnya, yaitu: 1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan dengan minat penggunaan pada generasi milenial mahasiswa Universitas Dian Nuntara. 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengaruh sosial dengan minat penggunaan pada generasi milenial mahasiswa Universitas Dian Nuntara. 3. Tidak terdapat pengaruh antara risiko dengan minat penggunaan pada generasi milenial mahasiswa Universitas Dian Nuntara.

## REFERENSI

- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *2(2)*, 245–258.
- Agung, D. p. (2020). Pelanggan Melalui Sikap Pelanggan Sebagai Mediasi Pada. *Agora*, *8(1)*.
- Agustina, A. I., & Yudhi Koesworodjati, S. E. (2022). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen *Clothing Prung Terraces Wear* Yang Melakukan Pembelian Melalui *Marketplace* Shopee). 27–84.
- Akhnes Noviyanti, T. E. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *4(2)*, 173–180.
- Aminulloh, B. R., & Suselo, D. (2021). Pengaruh Inflasi, BI 7-Day Reserve Repo Rate, Dana Pihak Ketiga, Dan Fee Based Income Terhadap Profitabilitas BNI Syariah Tahun 2015-2020. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, *3(1)*, 35.
- Ardiansyah, T. (2019). Model Financial Dan Teknologi (Fintech) Membantu Permasalahan Modal Wirausaha UMKM Di Indonesia. *Majalah Ilmiah Bijak*, *16(2)*, 158–166.
- Arischa, I. (2022). Pengaruh Kompensasi, Pengalaman Kerja, dan Lingkungan Kerja terhadap Produktivitas Tenaga Kerja di PT. Indonesia Karya Sukses Lestari Pacitan.
- Artiningsih, D. (2022). Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi menggunakan Financial technology Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2017-2019).
- As Sajjad, M. B., Kalista, S. D., Zidan, M., & Christian, J. (2020). Analisis Manajemen Risiko Bisnis. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, *18(1)*, 51.
- Ashfiasari, S., & Fauziah, S. (2021). Pengaruh *Social Influence* dan *Self-efficacy* Terhadap *Intention to Use Mobile Payment System* Pada Pengguna *E-wallet*. *Jurnal Ekonomi Manajemen, Bisnis Dan Sosial (EMBISS)*, *1(4)*, 307–317.
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh *City Branding “a Land of Harmony”* Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* *1,2, 3(3)*,
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, *12(2)*, 311.
- Febriansyah, M. R. (2022). Terhadap Keputusan Penggunaan *Financial Technology* Dana.

- Harianti, E. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kebermanfaatan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology Sistem Pembayaran. *Urnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 9(7), 1–17.
- Hutabarat, & Jernih, J. (2021). Pengaruh Fintech Terhadap Inklusi Keuangan Mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan. *Repository Universitas HKBP Nommensen*, 2504, 1–9.
- Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (*Application Of Logistic And Supply Telkom Akses*). *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 4(2), 106–120.
- Iskandar, T. (2019). Tinjauan Minat Belajar Mahasiswa Olahraga Terhadap Mata Kuliah Gulat di Universitas Islam 45 Bekasi. *Journal of SPORT (Sport, Physical Education, Organization, Recreation, and Training)*, 3(2), 62–69.
- Kusuma, T. M., & Hermawan, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 18(2), 176–180.
- Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139–152.
- Mujiyanto, H. (2019). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Ajar Dalam Meningkatkan Minat Dan Motivasi Belajar. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 5(1), 135–159