

**Bima Satria Dharmawan**

[bimasatriadharmawan@gmail.com](mailto:bimasatriadharmawan@gmail.com)

**Mulyanto**

[mulyantonovember2018@gmail.com](mailto:mulyantonovember2018@gmail.com)

**Rahmanita Vidyasari**

[rahmanita.vidyasari@akuntansi.pnj.ac.id](mailto:rahmanita.vidyasari@akuntansi.pnj.ac.id)

**Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan Politeknik Negeri Jakarta**

#### **ABSTRACT**

*This research aims to determine the effect of attitude, subjective norm, and perceived risk on transaction interest using fintech application. Respondent use were students of the Jakarta State Polytechnic Accounting Department as many as 100 respondents. The technique in sampling uses the purposive sampling method. Analysis of the data used in this research is multiple linear regression analysis using SPSS version 26. The results of this research indicate the attitude have a positive and significant effect on transaction interest using fintech application, subjective norm have a positive and significant effect on transaction interest using fintech application and perceived risk have a positive and significant effect on transaction interest using fintech application. While attitude, subjective norm, and perceived risk simultaneously have a significant effect on transaction interest using fintech application.*

**Keywords:** *attitude, subjective norm, perceived risk, transaction interest using fintech application*

#### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi fintech. Responden yang digunakan merupakan mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta sebanyak 100 responden. Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 26. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi fintech, norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi fintech dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi fintech. Sementara variabel sikap, norma subjektif dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi fintech.*

**Kata kunci:** *sikap, norma subjektif, persepsi risiko, minat bertransaksi menggunakan aplikasi fintech.*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJI) melakukan survei pada tahun 2018 bahwa jumlah pengguna internet aktif di Indonesia sebesar 171,17 juta jiwa atau sebanyak 64,8% dari jumlah penduduk Indonesia, jumlah tersebut meningkat sebesar 10,12% dibandingkan tahun 2017. Bertambahnya pengguna internet di Indonesia didukung oleh banyaknya pemakai *smartphone* di Indonesia. Hal ini ditunjukkan data dari *We Are Social* (2019) bahwa sebanyak 355,5 juta pemakai *smartphone* di Indonesia dengan tingkat penetrasi sebesar 133% dari jumlah penduduk Indonesia yang memiliki *smartphone*. Sedangkan yang aktif di sosial media pemakai *smartphone* sebanyak 130 juta dengan penetrasi sebesar 48% dari 150 juta jumlah penduduk Indonesia yang terhubung melalui internet.

Perkembangan jumlah perusahaan aplikasi *fintech* di Indonesia mulai mengalami kenaikan pada tahun 2006 awalnya jumlah perusahaan aplikasi *fintech* hanya empat dan pada tahun 2007 berkembang menjadi 16 perusahaan. Serta pada tahun 2015 hingga 2016 jumlah perusahaan aplikasi *fintech* mengalami kenaikan yang begitu besar yaitu sebanyak 165 perusahaan.

Indonesia mempunyai potensi dalam melakukan pengembangan *fintech* sudah banyak produk-produk *fintech* yang bermunculan, hal tersebut juga diikuti dengan pengguna internet yang besar di Indonesia. Pengembangan *fintech* sangat perlu dilakukan khususnya di lingkungan kampus, bila perlu seluruh masyarakat berminat dalam memakai aplikasi *fintech*. Kampus sebagai lembaga institusi pendidikan mempunyai peran penting dalam melakukan pengembangan *fintech*. *Fintech* perlu dilestarikan di lingkungan kampus. Akan tetapi, kampus yang menggunakan aplikasi *fintech* sangat sedikit. Sosialisasi mengenai aplikasi *fintech* perlu dilakukan kepada dosen, mahasiswa dan karyawan yang ada di lingkungan kampus agar mereka terbiasa dalam menggunakan aplikasi *fintech* dalam aktivitas sehari-hari. Mahasiswa yang nantinya menjadi lulusan dari kampus tersebut paham cara bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan oleh peneliti terhadap mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta dengan responden sebanyak 20 mahasiswa, menunjukkan bahwa

sebanyak 6 responden sudah paham menggunakan aplikasi *fintech* untuk melakukan pembayaran di kampus dan 14 responden masih belum paham menggunakan aplikasi *fintech*. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih rendahnya minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech* pada kalangan mahasiswa. Dengan demikian bisa menjadi evaluasi bagi perusahaan untuk menawarkan aplikasi *fintech* yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

Hal ini juga berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh Wildan (2019) bahwa 10 dari 15 mahasiswa masih belum menggunakan aplikasi *fintech* pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Penelitian lain yang dilakukan oleh Pambudi (2019) bahwa sebanyak dua pertiga respondennya pada mahasiswa UIN Walisongo sudah menggunakan aplikasi *fintech*, tetapi intensitas dalam pemakaiannya masih rendah yaitu sekali transaksi dalam sebulan. Sedangkan pada Universitas YARSI para mahasiswa dalam melakukan pembayaran minuman, makanan dan jajanan di kantin serta pembayaran fotokopi masih menggunakan uang tunai (Ferinaldy, Muslikh & Huda, 2019). Berdasarkan artikel yang ditulis oleh Dakhirah (2018), mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia sebagian masih menggunakan uang tunai dalam melakukan pembayaran di Kantin Matao.

### Permasalahan

Di Indonesia pengguna internet semakin banyak dari tahun ke tahun, hal tersebut didukung oleh pengguna *smartphone* yang meningkat. Peningkatan pengguna internet menyebabkan inovasi dalam bidang keuangan yaitu aplikasi *fintech*. Perusahaan aplikasi *fintech* di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami kenaikan, namun hingga kini tidak sedikit masalah yang ditimbulkan dalam penggunaan aplikasi *fintech* salah satunya dari segi keamanan data. Selain itu, kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah mengenai aplikasi *fintech*. Hal tersebut menyebabkan masih rendahnya minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*.

Dari fenomena-fenomena diatas peneliti melihat perlu dilakukannya penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*. Peneliti telah melakukan pra survei pada mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta

dengan responden sebanyak 20 mahasiswa, dengan menggunakan lima variabel yang dapat mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech* yaitu sikap, norma subjektif, persepsi risiko, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan. Terdapat tiga variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*. Ketiga variabel tersebut yaitu sikap, norma subjektif dan persepsi risiko. Dengan demikian, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*.

### Tujuan

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech* di kalangan mahasiswa jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta angkatan tahun 2016-2019.
- b. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech* di kalangan mahasiswa jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta angkatan tahun 2016-2019.
- c. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech* di kalangan mahasiswa jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta angkatan tahun 2016-2019.
- d. Untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech* di kalangan mahasiswa jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta angkatan tahun 2016-2019.

### TINJAUAN PUSTAKA

#### *Financial Technology*

*Financial technology* atau *fintech* merupakan hasil perpaduan antara *technology* dengan layanan keuangan, yang pada akhirnya mengubah model bisnis konvensional menjadi moderat, yang pada awalnya harus dilakukan dengan bertemu antara pihak pembeli dan penjual serta membayarnya dengan uang *cash*, kini dapat dilakukan secara transaksi online atau transaksi jarak jauh yang hanya memerlukan waktu yang sangat singkat (Afnan, Arifanti, & Rizal, 2020).

Bank Indonesia dalam (Tobing & Adrian, 2020) mengklasifikasikan *financial*

*technology* kedalam empat kategori, yaitu sebagai berikut:

#### 1. *Payment, clearing dan settlement*

Keberadaan *fintech* ini sangat mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi pembayaran online dengan praktis, cepat dan aman. *Fintech* jenis ini yaitu layanan sistem pembayaran yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia seperti Bank Indonesia *Real Time Gross Settlement* (BI-RTGS), Sistem Kliring Nasional BI (SKNBI) dan *BI Scrippless Securities Settlement System* (BI-SSS).

Adapun produk *fintech* lain yang termasuk kategori ini seperti *e-wallet* dan *payment gateway*. Layanan dompet elektronik atau *e-wallet* berfungsi menyimpan dana konsumen di suatu aplikasi untuk dapat digunakan bertransaksi. Misalnya, Gopay, OVO, LinkAja, Dana dan Paytren. Sedangkan *payment gateway* berfungsi sebagai penghubung antara pihak bank dengan bisnis *e-commerce* sehingga pedagang maupun pembeli bisa melakukan transaksi dengan efektif dan efisien. *Fintech payment gateway* contohnya Doku dan Midtrans.

#### 2. *E-aggregator*

*Market aggregator* atau pendukung pasar adalah suatu *platform* yang menghimpun berbagai macam data keuangan dari penyedia informasi untuk dapat diberitahukan kepada konsumen. Data keuangan tersebut dapat digunakan dalam pengambilan keputusan sebelum melakukan pembelian suatu produk jasa keuangan seperti kartu kredit, asuransi, pinjaman, hingga investasi. *Aggregator* memberikan informasi mengenai perbandingan produk mulai dari fitur, manfaat hingga harga. Dengan adanya *fintech* jenis ini, diharapkan dapat menyerap banyak informasi sebelum mengambil keputusan terkait keuangan. Contohnya, Cermati, Cekaja, Tunaiku dan KreditGogo.

#### 3. *Risk and investment management*

Jenis ini dapat digunakan untuk merencanakan keuangan dan juga memantau kondisi keuangan pada setiap saat dan seluruh keadaan dengan lebih praktis dan mudah, karena dapat diakses melalui *smartphone*. Dengan adanya layanan ini seseorang yang mempunyai dana dapat menaruh dan mengatur keuangannya di instrument asuransi atau investasi yang tepat. Contohnya, Bareksa, Raja Premi, Cek Premi.

#### 4. *Crowdfunding dan peer to peer lending (P2P)*

*Crowdfunding* yaitu suatu jenis *fintech* yang dapat mengumpulkan dana dari orang-orang yang berada diberbagai tempat untuk mendukung suatu proyek tertentu seperti membiayai suatu karya atau menyumbang korban bencana dengan memanfaatkan teknologi informasi yang berkembang sekarang seperti sosial media, web, dan aplikasi yang dapat mendukung lainnya. Contohnya, KitaBisa.com, Wujudkan.com.

Produk lain dari jenis *fintech* ini yaitu *peer to peer lending*, sebuah *platform* yang dapat mempertemukan pemberi pinjaman dengan pihak peminjam. Dalam peminjaman ini, pemberi pinjaman akan mendapatkan bunga dari dana yang telah dipinjamkannya. Contohnya, Kredivo, Akulaku, UangTeman, Investree, Amarth, KoinWorks dan Modalku.

### **Pemasaran**

Menurut Kotler & Amstrong (2014), pemasaran merupakan sebuah proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen dan mendapatkan imbalan atas barang atau jasa yang sudah ditawarkannya. Dalam proses menjalankan strategi pemasaran, perusahaan dituntut untuk memberikan suatu yang bernilai bagi para pelanggan dan dapat memberikan kepuasan kepada mereka baik dalam bentuk produk maupun jasa sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan dan laba perusahaan secara maksimal.

### **Perilaku Konsumen**

Pada saat ini, strategi pemasaran lebih menitik beratkan pada konsumen. Salah satunya dengan cara melihat, memperhatikan dan mempelajari apa itu perilaku konsumen. Menurut Kotler & Keller (2009), perilaku konsumen merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam memilih dan menggunakan barang atau jasa yang akan digunakannya untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Dengan memahami perilaku konsumen, pelaku usaha akan mampu mengelompokkan konsumen berdasarkan gender, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan masih banyak lainnya. Hal tersebut memudahkan para pelaku usaha untuk menetapkan sasaran dan target pembeli sehingga kegiatan pemasaran dapat optimal.

### **Minat**

Menurut Kotler & Keller (2009), minat merupakan keinginan pelanggan untuk

menggunakan suatu barang atau jasa yang dapat membuatnya tertarik.

### **Theory Reasoned Action**

Model *Theory Reasoned Action* (TRA) dikeluarkan oleh Azjen dan Fishbein (1975 & 1980) dalam Jogiyanto (2007: 25). Dalam model ini dijelaskan bahwa individu melakukan sesuatu atau tidak ditentukan oleh niat berperilaku yang dimiliki oleh setiap individu. Menurut model TRA, ada dua faktor utama yang mempengaruhi niat berperilaku seseorang, yaitu sikap dan norma subjektif.

### **Sikap**

Menurut Jogiyanto (2007), sikap didefinisikan sebagai perasaan positif maupun negatif yang dimiliki seseorang ketika melakukan suatu perilaku tertentu. Kondisi ini berarti yang mempengaruhi untuk melakukan suatu perbuatan masih berada dalam diri pribadinya.

### **Norma Subjektif**

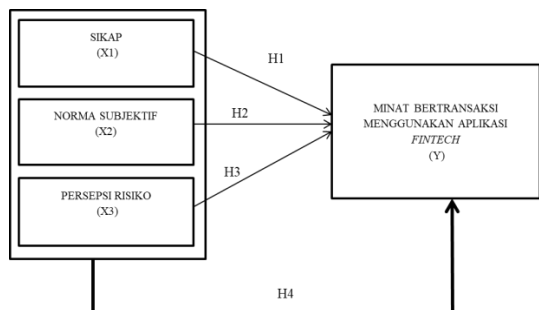
Menurut Fadly & Saragih (2019), norma subjektif merupakan pandangan seseorang terhadap keyakinan yang dimiliki orang lain seperti orang tua, saudara, teman yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

### **Persepsi Risiko**

Menurut Oentario (2017), persepsi risiko didefinisikan sebagai perkiraan pelanggan mengenai potensi kerugian yang akan didapat jika bertransaksi secara online.

### **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran ini merupakan hasil dari tinjauan pustaka dan penelitian-penelitian terdahulu, dimana menurut Esthiningrum & Sari (2020) menyatakan bahwa sikap dan norma subjektif berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-money* dan penelitian yang dilakukan oleh Sijabat, Hutajulu, & Sihombing (2016) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap niat penggunaan *fintech*. Oleh karena itu, kerangka pemikiran pada penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran  
Sumber: data diolah, 2020

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Objek penelitian yang digunakan merupakan Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dalam pengukuran kuesioner menggunakan skala likert 1-5. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Uji Instrumen Penelitian**

Uji ini dilakukan untuk mengetahui kualitas instrumen atau kuesioner yang disebarakan harus dapat mengukur konstruk pada penelitian, maka kuesioner harus valid dan reliabel. Sehingga harus dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Sikap	X1.1	0,807	0,195	Valid
	X1.2	0,846	0,195	Valid
	X1.3	0,852	0,195	Valid
	X1.4	0,794	0,195	Valid
	X1.5	0,779	0,195	Valid
	X1.6	0,786	0,195	Valid
	X1.7	0,775	0,195	Valid
	X1.8	0,791	0,195	Valid
	X1.9	0,749	0,195	Valid
Norma Subjektif	X2.1	0,832	0,195	Valid
	X2.2	0,771	0,195	Valid
	X2.3	0,72	0,195	Valid
	X2.4	0,766	0,195	Valid
	X2.5	0,71	0,195	Valid
	X2.6	0,717	0,195	Valid

Persepsi Risiko	X3.1	0,968	0,195	Valid
	X3.2	0,913	0,195	Valid
	X3.3	0,96	0,195	Valid
	X3.4	0,95	0,195	Valid
	X3.5	0,946	0,195	Valid
	X3.6	0,902	0,195	Valid
	X3.7	0,942	0,195	Valid
	X3.8	0,958	0,195	Valid
	X3.9	0,955	0,195	Valid
	X3.10	0,924	0,195	Valid
	X3.11	0,969	0,195	Valid
	X3.12	0,963	0,195	Valid
Minat Bertransaksi Menggunakan Fintech	Y.1	0,777	0,195	Valid
	Y.2	0,789	0,195	Valid
	Y.3	0,826	0,195	Valid
	Y.4	0,698	0,195	Valid

Sumber: data diolah, 2020

Dapat dilihat pada tabel diatas, semua item pernyataan pada setiap variabel memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel sehingga kuesioner dapat dikatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

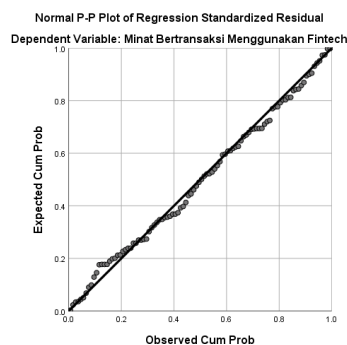
Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Sikap	0,924	Reliabel
Norma Subjektif	0,84	Reliabel
Persepsi Risiko	0,989	Reliabel
Minat Bertransaksi Menggunakan Fintech	0,774	Reliabel

Sumber: data diolah, 2020

Dapat dilihat pada tabel diatas, semua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 maka data kuesioner yang diperoleh dikatakan reliabel.

**Hasil Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi bebas dari asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini, yaitu uji normalitas data, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Data

Sumber: data diolah, 2020

Dapat dilihat pada gambar diatas, grafik normal propability plot menunjukkan

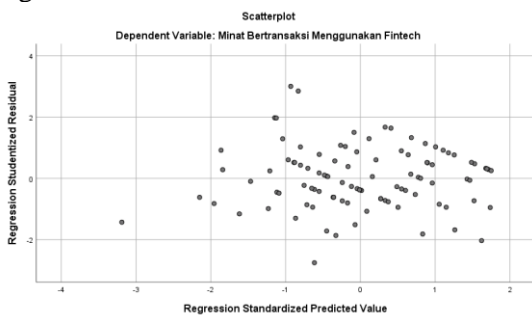
titik-titik plot mengikuti garis diagonal dan tidak menyebar maka data dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Sikap (X1)	0,787	1,27	Bebas dari multikolinearitas
Norma Subjektif (X2)	0,760	1,317	Bebas dari multikolinearitas
Persepsi Risiko (X3)	0,959	1,043	Bebas dari multikolinearitas

Sumber: data diolah, 2020

Dapat dilihat pada tabel diatas, semua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10 maka dapat disimpulkan model regresi bebas dari multikolinearitas.



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data diolah, 2020

Dapat dilihat pada gambar, grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang teratur dan jelas. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari heteroskedastisitas.

**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda  
Sumber: data diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dibentuk suatu persamaan regresi, yaitu:  
 $Y = 1,596 + 0,266X_1 + 0,157X_2 + 0,036X_3 + e$   
 Dapat dinyatakan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 1,596 artinya jika semua variabel bebas yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi risiko tidak dianggap maka nilai variabel terikat yaitu minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech* sebesar 1,596.
2. Variabel sikap mempunyai koefisien regresi yang positif sebesar 0,266 artinya

setiap satu satuan yang dinaikkan pada variabel sikap maka variabel terikat yaitu minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech* mengalami kenaikan sebesar 0,266 sedangkan variabel lain dianggap tetap.

3. Variabel norma subjektif mempunyai koefisien yang regresi positif sebesar 0,157 artinya setiap satu satuan yang dinaikkan pada variabel norma subjektif maka nilai variabel terikat yaitu minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech* mengalami kenaikan sebesar 0,157 sedangkan variabel lain dianggap tetap.
4. Variabel persepsi risiko mempunyai koefisien regresi yang positif sebesar 0,036 artinya setiap satu satuan yang dinaikkan pada variabel persepsi risiko maka variabel terikat yaitu minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech* mengalami kenaikan sebesar 0,036 sedangkan variabel lain dianggap tetap.

**Hasil Uji Hipotesis**

Tabel 5. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1,596	1,639
	Sikap	0,266	0,038
	Norma Subjektif	0,157	0,050
	Persepsi Risiko	0,036	0,017
Model		T	Sig.
1	(Constant)	.973	.333
	Sikap	6.908	.000
	Norma Subjektif	3.147	.002
	Persepsi Risiko	2.155	.034

Sumber: data diolah, 2020

Dapat dilihat pada tabel diatas, semua variabel mempunyai nilai signifikansi < 0,05 dan nilai t hitung > t tabel, dengan t tabel sebesar 1,985. Dengan demikian, H<sub>1</sub> diterima yang menyatakan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*. H<sub>2</sub> diterima, yang menyatakan bahwa norma subjektif

berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*.  $H_3$  diterima yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*.

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>			
Model		F	Sig.
1	Regression	32.863	.000 <sup>b</sup>

Sumber: data diolah, 2020

Dapat dilihat pada tabel uji F memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan memiliki nilai F hitung > F tabel, dengan nilai F tabel sebesar 3,09. Maka  $H_4$  diterima yang menyatakan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi risiko secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 <sup>a</sup>	.507	.491	1.689

Sumber: data diolah, 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai R Square sebesar 0,507 atau 50,7%. Hal tersebut mengartikan bahwa kemampuan variabel sikap, norma subjektif dan persepsi risiko mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech* sebesar 50,7%. Sedangkan sisanya 49,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian.

### Pengaruh Sikap Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi *Fintech*

Terdapat pengaruh positif dan signifikan sikap terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*. Hal ini dibuktikan dengan hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden pada variabel sikap yang diukur dengan menggunakan tiga dimensi yaitu dimensi kognitif, dimensi afektif dan dimensi konatif. Terdapat dimensi yang paling dominan dalam mempengaruhi responden yaitu dimensi afektif. Dari hasil kuesioner pada dimensi afektif mayoritas responden menjawab setuju pada setiap item pernyataan

yaitu responden merasa senang bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*, responden suka bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech* dan responden merasa nyaman menggunakan aplikasi *fintech*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa minat seseorang untuk menggunakan aplikasi *fintech* sangat dipengaruhi oleh sikap pengguna, jika pengguna menyukai dalam menggunakan aplikasi *fintech*, karena dapat memberikan kemudahan bagi dirinya maka ia akan menggunakannya. Jadi semakin baik sikap terhadap penggunaan aplikasi *fintech* maka akan semakin tinggi pula minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*.

### Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi *Fintech*

Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel norma subjektif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*. Hal ini dibuktikan dengan hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden pada variabel norma subjektif yang diukur dengan menggunakan dua dimensi yaitu dimensi keyakinan normatif dan dimensi motivasi mematuhi. Terdapat dimensi yang paling mempengaruhi responden yaitu dimensi keyakinan normatif. Dari hasil kuesioner pada dimensi keyakinan normatif mayoritas responden setuju pada setiap item pernyataan yaitu responden setuju bahwa keluarganya menyarakannya untuk menggunakan aplikasi *fintech*, teman dekatnya menyarankan untuk bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech* serta orang disekitarnya banyak yang menggunakan aplikasi *fintech*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa minat seseorang untuk menggunakan aplikasi *fintech* sangat dipengaruhi oleh orang-orang disekitarnya seperti keluarga, teman dekatnya dan orang yang penting bagi dirinya. Oleh sebab itu, jika orang-orang disekitarnya mempunyai pengalaman dan menyarankan responden serta memberi dukungan kepada responden untuk menggunakan aplikasi *fintech* maka hal tersebut akan meningkatkan minat responden untuk menggunakan aplikasi *fintech*. Jadi, semakin besar norma subjektif atau pengaruh sosial yang diterima untuk menggunakan aplikasi *fintech* maka akan semakin tinggi pula minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*.

### **Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Fintech**

Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*. Hal ini dibuktikan dengan hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden pada variabel persepsi risiko, dari empat dimensi yang diukur terdapat dimensi yang paling mempengaruhi responden yaitu dimensi risiko fisik, yang menunjukkan mayoritas responden setuju bahwa dalam penggunaan aplikasi *fintech* merasa khawatir akan pencurian data, responden merasa khawatir akan bahaya dalam menggunakan *fintech* dan responden merasa khawatir akan keamanan pada aplikasi *fintech*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa walaupun mayoritas responden merasa khawatir akan penggunaan aplikasi *fintech*, tidak menghalangi responden untuk menggunakannya karena berdasarkan pengalaman dalam penggunaan aplikasi *fintech* dapat membuatnya merasa senang, suka dan nyaman serta percaya menggunakan aplikasi *fintech* memberikan keuntungan bagi dirinya sehingga resiko yang diterima menjadi kecil. Hal inilah yang membuat responden tetap bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*. Jadi, semakin besar tingkat risiko yang dirasakan oleh responden maka tetap dapat meningkatkan minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*.

### **Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Fintech**

Sikap, norma subjektif, dan persepsi risiko secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*. Artinya apabila seseorang berkeyakinan bahwa menggunakan aplikasi *fintech* memberikan keuntungan, penggunaannya membuatnya senang, dalam penggunaan aplikasi *fintech* juga mempertimbangkan pendapat dari orang sekitarnya serta tingkat risiko yang akan diterima dalam penggunaan aplikasi *fintech*. Maka akan mempengaruhi minat seseorang untuk bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*.
- b. Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*.
- c. Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*.
- d. Sikap, norma subjektif, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi *fintech*.

### **KETERBATASAN**

Penelitian ini terbatas pada sampel yang digunakan hanya mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, sehingga penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk semua mahasiswa di Indonesia. Dalam pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner pada mahasiswa mungkin saja terjadi adanya jawaban responden yang tidak dipikirkan secara seksama dan tidak jujur serta kemungkinan terdapat bias respon dari mahasiswa karena kurang mengerti maksud dari item pernyataan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afnan, E., Arifianti, R. & Rizal, M. (2020). Financial Technology: A Systematic Mapping Study. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*. 4(1), 90-104.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). *Laporan Survei: Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Dakhirah, R. (2019, 9 Desember). *Fenomena Pembayaran Non-tunai di Kantin Matoa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia*. 8 Juni, 2020. <https://www.kompasiana.com/amp/vegetablepurple/5dedd9b1d541df5b0b6c08f3/fenomena-penggunaan-metode-pembayaran-non-tunai-di-kantin-matoa-fakultas-kesehatan-masyarakat-universitas-indonesia>
- Esthiningrum, S. & Sari, S. P. (2020). Pendekatan Theory Rasoned Action (TRA) dan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Minat Transaksi



- Menggunakan E-Money. *Seminar Nasional dan Call For Paper 2020: Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0*, 163-172.
- Fadly, B. & Saragih, N. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Program Studi S-1 Akuntansi di STIE IBBI Untuk Berkarir di Bidang Perpajakan. *Jurnal Bina Akuntansi IBBI*, 28(1), 99-111.
- Ferinaldy, Muslikh, & Huda N. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang Elektronik. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi*, 11(2), 211-222.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi, Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Terjemahan Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 14, Jakarta: Erlangga.
- Pambudi, Rahmat Dwi. (2019). Perkembangan *Fintech* di Kalangan Mahasiswa Walisongo. *HARMONY*, 4(2), 74-81.
- Sijabat, Y. P., Hutajulu, D. M. & Sihombing, P. (2016). Determinasi Technology Acceptance Model Terhadap Niat Penggunaan *Fintech* Sebagai Alat Pembayaran (Payment). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Tidar*, 151-166.
- Tobing, E. H. H. & Adrian. (2020). *Fintech Era and Government Regulation*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta*, 1(2), 121-126.
- We Are Social*. (2019). Digital in 2019. 7 mei, 2020. <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>