



Faktor Pengaruh Minat Pengguna *Financial Technology* pada *E-Wallet* (Survei pada Pengguna *Shopeepay*)

Factors Influencing Financial Technology User Interest in E-Wallets (Survey on ShopeePay Users)

¹⁾ Aisyani Redita Nur Yuliati, ²⁾ Juniati Gunawan

Universitas Trisakti, Indonesia

*Email: ¹⁾ aisyani023002008054@std.trisakti.ac.id, ²⁾ juniatigunawan@trisakti.ac.id

*Correspondence: ¹⁾ juniatigunawan@trisakti.ac.id

DOI: 10.36418/comserva.v2i5.340

ABSTRAK

Histori Artikel:

Diajukan : 01-09-2022

Diterima : 15-09-2022

Diterbitkan : 27-09-2022

Financial Technology adalah sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam penggunaan *financial technology*. Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan meneliti beberapa faktor sesuai dengan teori yang diambil. Dalam penelitian ini hanya mengambil 6 faktor minat yang disaring dari beberapa penelitian, alasannya karena mengacu pada penelitian sebelumnya yang secara garis besar menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Data penelitian yang diperoleh dari hasil pengumpulan kuesioner *online*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *probably sampling* dengan teknik *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 148 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan pengguna, pengaruh sosial, keamanan, kegunaan, kepercayaan dan promosi terbukti mempengaruhi minat individu dalam penggunaan *financial technology*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model *structural (Inner Model)* dengan aplikasi *SmartPLS*

Kata kunci: *Financial Technology*, Minat Individu, *Theory of Planned Behavior*, *ShopeePay*

ABSTRACT

Financial Technology is an innovation in the financial services industry that utilizes the use of technology. This study aims to examine the factors that influence individual interest in using financial technology. This study uses the *Theory of Planned Behavior* (TPB) by examining several factors in accordance with the theory taken. In this study, only 6 interest factors were filtered from several studies, the reason is because it refers to previous research which broadly uses the *Theory of Planned Behavior* (TPB). Research data obtained from the results of online questionnaire collection. The sampling technique used *probably sampling* method with *simple random sampling* technique with a sample size of 148 people. The results of this study indicate that the variables of user convenience, social influence, security, usefulness, trust and promotion are proven to influence individual interest in using financial technology. Hypothesis testing in this study uses a structural model (*Inner Model*) with the *SmartPLS* application.

Keywords: *Financial Technology*; *Individual Interest*; *Theory of Planned Behavior*; *ShopeePay*

PENDAHULUAN

Financial Technology adalah sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. Pada saat ini kita telah memasuki Era Revolusi Industry 4.0 terjadi pergeseran dari rantai suplai bisnis yang terhubung secara digital menjadi lebih sederhana (Mulyana, 2022). Penelitian ini dilatarbelakangi kejadian yang sering terjadi pada kaum milenial pada saat ini yang lebih memilih untuk mengubah perilaku keuangannya menjadi transaksi non tunai dari transaksi berbasis tunai (Diana & Leon, 2020). Perkembangan teknologi yang begitu pesat membawa dampak dan pengaruh ke segala bidang kehidupan tanpa terkecuali *e-commerce*.

Kemajuan terbaru dalam teknologi dan aplikasi berbasis website, serta munculnya konsep media sosial telah menyebabkan munculnya perkembangan baru yang mempengaruhi perdagangan elektronik (Mbete & Tanamal, 2020). Kemajuan teknologi memudahkan manusia untuk menjalani kehidupan sehari-hari, kemajuan tersebut dimanfaatkan masyarakat untuk gaya hidup yang lebih cepat dan praktis, serta teknologi dapat mendukung pekerjaan secara efektif dan efisien (Halim et al., 2021). *E-wallet* adalah aplikasi seluler yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran apa pun selain uang tunai. *E-wallet* berfungsi sebagai metode transfer mobile banking tanpa mengetahui rekening bank penerima sebelum transfer. *E-wallet* terhubung akun virtual dan memungkinkan pengguna untuk membayar. Akun tujuan akan menghasilkan barcode/kode QR untuk dipindai oleh pembeli (Intarot & Beokhaimook, 2018). *E-Commerce* memiliki pengaruh besar terhadap pertumbuhan sosial dan ekonomi masyarakat. *E-Commerce* telah menjadi bagian penting dari sektor bisnis swasta (private) dan umum. Hal ini memang sangat disadari karena dengan adanya *E-Commerce* ini, biaya operasional dapat ditekan untuk bersaing dengan semakin banyaknya permintaan yang membutuhkan layanan yang cepat dan akurat (Ariffin et al., 2021). *Shopeepay* adalah *e-wallet* yang dimiliki dari *E-Commerce* shopee.

PT AirPay International Indonesia didirikan pada November 2015. PT AirPay memiliki produk uang elektronik dengan merek dagang *ShopeePay* yang telah mendapatkan lisensi Bank Indonesia pada Agustus 2018 berdasarkan Surat Bank Indonesia No. 20/293/DKSP/Srt/B tanggal 8 Agustus 2018, dan secara resmi diluncurkan pada November 2018. Saat ini *ShopeePay* digunakan sebagai metode pembayaran di salah satu *platform e-commerce* terbesar di Indonesia, *Shopee* dengan berbagai macam keuntungan dibandingkan metode pembayaran lainnya.

Financial technology berbicara tentang sebuah inovasi teknologi (*Technology Innovation*), gangguan proses (*Process Disruption*), dan transformasi layanan (*Services Transformation*) (Diana & Leon, 2020). Perkembangan dari *financial technology* sudah banyak yang melakukan penelitian dengan topik yang hampir sama. Akan tetapi hasil yang didapat beraneka ragam contohnya faktor kepercayaan, faktor ini ditemukan berpengaruh positif namun ada juga penelitian yang berpengaruh negatif dan jumlah pengguna *financial technology* dalam beberapa tahun ini meningkat dikarenakan Covid-19. Dapat dilihat lebih banyak orang yang ingin menggunakan *e-wallet* dari pada uang tunai, maka hal ini menjadi acuan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa tinggi minat pengguna *financial technology* pada tahun 2022.

Penelitian ini akan merujuk pada penelitian (Ariffin et al., 2021) yang hanya menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Diharapkan dari masing - masing faktor yang dipilih akan menghasilkan penelitian baru dan penelitian ini ingin membuktikan lebih lanjut seberapa besar daya tarik yang diminati oleh pengguna tentang kemudahan bertransaksi menggunakan *ShopeePay*. Penelitian ini memilih *shopeepay* sebagai salah satu *e-wallet* yang diteliti dikarenakan, *shopeepay* menjadi *e-wallet* dengan transaksi terbesar dari tahun ke tahun pada perusahaan payment gateway tempat peneliti berkerja saat ini. Pada penelitian ini juga ingin menguji apabila survei pada pengguna

shopeepay dengan mengimplementasikan penelitian terdahulu dari penelitian ([Ariffin et al., 2021](#)) dimana menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB), apakah hasil penelitian yang akan dihasilkan akan sama atau berbeda.

Penelitian ini fokus pengambilan sampel dimulai dari umur 30 tahun serta memiliki jabatan minimal dari supervisor, manajer, sampai dengan paling teratas ([Mediti, 2020](#)). Penelitian ini melakukan penyebaran kuesioner melalui *website* lowongan kerja yaitu *Linkedin* berbeda dengan penelitian ([Ariffin et al., 2021](#)) yang menyebarkan kuesioner kepada semua kalangan usia, jabatan dan bidang pekerjaan yang berbeda-beda, dengan menggunakan tautan survei *online* dikirim melalui *platform* media sosial, seperti Facebook, WhatsApp, dan email kepada peserta.

METODE

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif karena pendekatan yang dilakukan menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian secara angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Pada penelitian ini membahas tentang minat individu dalam penggunaan *financial technology* pada *e-wallet ShopeePay*. Dengan melalui pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjadi dasar pada beberapa penelitian terdahulu, serta ingin mengimplementasikan hasil yang didapat dengan menggunakan survei pengguna *shopeepay*. Sampel dalam penelitian ini adalah para karyawan perkantoran yang mempunyai jabatan minimal supervisor dan memiliki umur 30 tahun, dengan syarat karyawan tersebut mempunyai aplikasi Shopee dan menjadi pengguna aktif *ShopeePay* digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Metode yang digunakan pada penelitian ini untuk menganalisis data yang diolah dengan metode *Partial Least Square* yang merupakan bagian dari teknik *structural equation modeling-partial least squares* (SEM-PLS). Penelitian ini menggunakan pendekatan PLS karena PLS tidak harus ada pembebanan sampel dan distribusinya bebas. Menurut ([Mandagi et al., 2021](#)) SEM adalah teknik analisis multivariat yang merupakan gabungan dari analisis faktor dan analisis regresi (korelasi), yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel dalam suatu model, seperti hubungan antar indikator dan konstruk, atau hubungan antar konstruk yang memungkinkan peneliti untuk menguji secara simultan hubungan antara variabel terukur, variabel laten (penilaian model pengukuran) dan antara variabel laten variabel. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik *Partial Least Square* yang dilakukan dua tahap:

1. Tahap pertama adalah menguji model pengukuran (*outher*), yaitu menguji validitas dan reliabilitas model konstruksi dari masing-masing indikator.
2. Tahap kedua adalah melakukan uji struktural (*inner*) model yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar variabel/korelasi antar konstruk.

Pada penelitian ini menggunakan variabel laten, penelitian yang menggunakan variabel laten adalah variabel yang tidak bisa diukur secara langsung tapi diukur menggunakan hasil jumlah sampel, menurut ([Nurhaliza et al., 2022](#)) dalam rumus yang disediakan dari 15-20 dikalikan dengan jumlah variabel penelitian sebanyak 7 variabel. Dapat dilihat pada persamaan setelah dihitung menggunakan rumus tersebut, jumlah sampel yang dapat dijadikan dalam penelitian minimal adalah sebanyak 105 s/d 140 responden. Hasil jumlah sampel tersebut didapat dari 7 Variabel yang digunakan kemudian dikalikan dengan nilai yang telah disediakan 15-20 dari penelitian ([Nurhaliza et al., 2022](#))

$$n = (15 \text{ s/d } 20) \times k$$

Populasi pada penelitian ini adalah responden yang memiliki umur 30 tahun keatas, dengan mempunyai jabatan minimal supervisor dan menjadi pengguna aktif dari *financial technology* terkhususnya *ShopeePay*. Penelitian ini telah melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui LinkedIn. Berikut adalah hasil pengumpulan dari ringkasan penelitian dari kuesioner:

Tabel 1. Hasil Pengumpulan Sampel

Keterangan	Jumlah	Presentase
Keusioner yang diterima	158	100%
Kuesioner yang tidak memenuhi syarat	10	6.3%
Kuesioner yang memenuhi syarat	148	93.7%

Sumber : Diolah Penulis (2022)

Dapat disimpulkan dari 158 kuesioner yang diterima pada penelitian ini sebesar 100%, terdapat 10 kuesioner yang tidak memenuhi syarat sebesar 6.3%. Karena tidak termasuk dalam persyaratan sebagai pengguna aktif dari *financial technology ShopeePay*, responden harus memiliki umur dimulai dari 30 tahun, dan karyawan perkantoran yang mempunyai jabatan minimal supervisor. Maka kuesioner memenuhi syarat sebesar 148 kuesioner yang telah terkumpul sebesar 93.7% siap diolah dan dianalisis.

Dapat dilihat pada persamaan setelah dihitung menggunakan rumus tersebut, jumlah sampel yang dapat dijadikan dalam penelitian minimal adalah sebanyak 105 s/d 140 responden. Hasil jumlah sampel tersebut didapat dari 7 Variabel yang digunakan kemudian dikalikan dengan nilai yang telah disediakan 15-20 dari penelitian ([Nurhaliza et al., 2022](#))

$$n = (15 \text{ s/d } 20) \times k$$

Populasi pada penelitian ini adalah responden yang memiliki umur 30 tahun keatas, dengan mempunyai jabatan minimal supervisor dan menjadi pengguna aktif dari *financial technology* terkhususnya *ShopeePay*. Penelitian ini telah melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui LinkedIn. Berikut adalah hasil pengumpulan dari ringkasan penelitian dari kuesioner:

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

Keterangan	Jumlah	Presentase
Keusioner yang diterima	158	100%
Kuesioner yang tidak memenuhi syarat	10	6.3%
Kuesioner yang memenuhi syarat	148	93.7%

Sumber: Diolah Penulis (2022):

Dapat disimpulkan dari 158 kuesioner yang diterima pada penelitian ini sebesar 100%, terdapat 10 kuesioner yang tidak memenuhi syarat sebesar 6.3%. Karena tidak termasuk dalam persyaratan sebagai pengguna aktif dari *financial technology ShopeePay*, responden harus memiliki umur dimulai dari 30 tahun, dan karyawan perkantoran yang mempunyai jabatan minimal supervisor. Maka kuesioner memenuhi syarat sebesar 148 kuesioner yang telah terkumpul sebesar 93.7% siap diolah dan dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. DATA RESPONDEN

Deskripsi responden yang menjadi objek penelitian ini menjelaskan profil responden yang mengisi kuesioner yang telah diisi. Karakteristik responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin dan intensitas dalam transaksi online menggunakan aplikasi *financial technology Shopeepay*.

Tabel 3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Presentase
Jumlah	148	100%
Perempuan	96	64.9%
Laki-laki	52	35.1%

Sumber: Diolah Penulis (2022)

Berdasarkan tabel 2 total responden yang didapatkan sejumlah 148 responden yang terdiri dari 96 responden perempuan (64,9%) dan 52 responden laki-laki (35,1%). Jumlah responden perempuan lebih tinggi persentasenya 29,7% dari pada responden laki-laki. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa penggunaan *financial technology Shopeepay* di dominasi perempuan dibandingkan dengan laki-laki.

B. ANALISIS OUTER MODEL (MEASUREMENT MODEL)

Outer Model atau pengukuran bagian luar disebut juga sebagai model pengukuran. Pengukuran bagian luar PLS SEM yaitu pengukuran model reflektif dan formatif, tujuannya yaitu untuk mengukur tingkat validitas dan reliabilitas dari suatu penelitian, ada dua jenis pengujiannya yaitu uji validitas dan reliabilitas

C. PENGUJIAN VALIDITAS

Validitas konvergen merupakan bagian dari *measurement model* (model pengukuran) yang dalam SEM-PLS biasanya disebut sebagai outer model dalam *covariance-based SEM* disebut *confirmatory factor analysis* (CFA) (Sholihin & Ratmono, 2021)

Terdapat dua kriteria untuk menilai apakah *outer model* (model pengukuran) memenuhi syarat validitas konvergen untuk konstruk reflektif, yaitu nilai loading harus di atas 0,7 dan nilai p signifikan ($<0,05$) (Sholihin & Ratmono, 2021). Namun dalam beberapa kasus, sering syarat loading di atas 0,7 sering tidak terpenuhi khususnya untuk kuesioner yang baru dikembangkan. Oleh karena itu, *loading* antara 0,40-0,70 harus tetap dipertimbangkan untuk dipertahankan (Sholihin & Ratmono, 2021)

Indikator dengan loading di bawah 0,40 harus dihapus dari model. Namun untuk indikator dengan loading antara 0,40 dan 0,70 sebaiknya kita analisis dampak dari keputusan menghapus indikator tersebut pada *average variance extracted* (AVE) dan *composite reliability*. Kita dapat menghapus indikator dengan loading antara 0,40 dan 0,70 jika indikator tersebut dapat meningkatkan *average variance extracted* (AVE) dan *composite reliability* di atas batasannya (*threshold*) (Utomo et al., 2019). Nilai batasan AVE adalah 0,50 dan *composite reliability* sebesar 0,7. Pertimbangan lain dalam menghapus indikator adalah dampaknya pada validitas isi (*content validity*) konstruk. Indikator dengan *loading* yang kecil kadang tetap dipertahankan karena punya kontribusi pada validitas isi konstruk (Utomo et al., 2019).

Tabel 4. Pengujian Validitas berdasarkan Loading Faktor

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y
x1.1	0,963						

x1.2	0,978		
x1.3	0,967		
x1.4	0,978		
x1.5	0,802		
x1.6	0,975		
x2.1		0,982	
x2.2		0,980	
x2.3		0,968	
x2.4		0,976	
x3.1			0,971
x3.2			0,976
x3.3			0,974
x3.4			0,980
x3.5			0,976
x4.1			0,983
x4.2			0,975
x4.3			0,955
x4.4			0,973
x5.1			0,933
x5.2			0,978
x5.3			0,968
x5.4			0,978
x6.1			0,966
x6.2			0,952
x6.3			0,924
x6.4			0,973
x6.5			0,968
y1.1			0,976
y1.2			0,982
y1.3			0,977
y1.4			0,978

Sumber: Data Diolah Smart PLS, 2022

Berdasarkan Uji Validitas ini bertujuan mengukur sejauh mana pemahaman responden terhadap variabel yang diujikan, uji validitas ini diujikan untuk mengukur sejauh mana variabel yang benar-benar diujikan dan apa yang seharusnya diukur. Pada pengujian validitas loading faktor diketahui seluruh nilai loading $> 0,7$, yang berarti telah memenuhi syarat validitas, berdasarkan nilai loading dengan demikian semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan telah memenuhi *convergent validity*.

Selanjutnya dilakukan pengujian validitas berdasarkan nilai *average variance extracted* (AVE) Nilai AVE digunakan untuk mengukur banyaknya varians yang dapat ditangkap oleh konstruksya dibandingkan dengan variansi yang ditimbulkan oleh kesalahan pengukuran.

Tabel 5. Pengujian Validitas berdasarkan *Average Variance Extracted* (AVE)

	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
X1	0,895
X2	0,953
X3	0,951
X4	0,944
X5	0,930

X6	0,916
Y	0,957

Sumber: Data Diolah Smart PLS, 2022

Nilai *Average Variance Extracted* yang disarankan adalah di atas 0,5 (Sholihin & Ratmono, 2021) Diketahui pada table 4 pengujian memiliki nilai AVE > 0,5 yang berarti telah memenuhi syarat validitas berdasarkan *Average Variance Extracted*.

D. PENGUJIAN REABILITAS

Uji Reliabilitas ini dilakukan dengan melihat *composite reliability* dari item variabel, dapat mengukur akurasi, konsistensi suatu variabel, dikatakan dapat memiliki reliabilitas yang cukup tinggi dan reliable. Uji reabilitas mempunyai tujuan mengukur sejauh mana suatu pengukuran data dapat dipercaya. Jika mempunyai nilai *composite Reliability* yang disarankan adalah di atas 0,7 (Sholihin & Ratmono, 2021) .Uji realibilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel. Realibilitas suatu kontruk variabel dapat dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,60 (Cahyani et al., 2016) dapat disimpulkan bahwa instrumen yang diuji tersebut reliabel. *Composite reliability* bertujuan untuk mengukur nilai reabilitas sesungguhnya dari suatu variabel.

Tabel 6. Pengujian Reliabilitas berdasarkan *Composite Reliability* (CR)

	<i>Composite Reliability</i>
X1	0,981
X2	0,988
X3	0,990
X4	0,985
X5	0,982
X6	0,982
Y	0,989

Sumber : Data Diolah Smart PLS, 2022

Pada pengujian reliabilitas berdasarkan *Composite Reliability* memiliki nilai CR > 0,7, yang berarti pengujian penelitian telah memenuhi syarat reliabilitas berdasarkan *Composite Reliability*. Semua hasil pengujian setiap variabel berada pada nilai CR 0,9 dapat menunjukkan nilai konsistensi dari masing-masing indikator dalam mengukur konsistensinya. Selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas berdasarkan nilai cronbach's alpha (CA) yang memiliki tujuan untuk mengukur nilai terendah reabilitas suatu variabel.

Tabel 7. Pengujian Reliabilitas berdasarkan *Cronbach's Alpha* (CA)

	<i>Cronbach's Alpha</i>
X1	0,976
X2	0,984
X3	0,987
X4	0,980
X5	0,975
X6	0,977
Y	0,985

Sumber : Data Diolah Smart PLS, 2022

Jika mempunyai nilai Cronbach's Alpha yang disarankan adalah 0,7 (Utomo et al., 2019). Diketahui pada table 6 hasil pengujian seluruh nilai CA > 0,7 yang berarti telah memenuhi syarat reliabilitas berdasarkan cronbach's alpha, dari setiap variabel yang diuji hasil CA sebesar 0,9 maka reliabilitas dinyatakan sempurna. Selanjutnya dilakukan pengujian validitas diskriminan dengan pendekatan *Fornell-Larcker. Discriminant validity* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa tepat suatu alat ukur melakukan fungsi pengukurannya (Agustina et al., 2018). Tabel 7 disajikan hasil pengujian validitas diskriminan.

Tabel 8. Pengujian Validitas Diskriminan

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y
X1	0,946						
X2	0,580	0,976					
X3	0,582	0,596	0,975				
X4	0,579	0,595	0,598	0,972			
X5	0,575	0,597	0,610	0,592	0,964		
X6	0,583	0,595	0,595	0,591	0,590	0,957	
Y	0,735	0,739	0,747	0,741	0,735	0,736	0,978

Sumber : Data Diolah Smart PLS, 2022

Pada pengujian validitas diskriminan, nilai akar kuadrat AVE dari suatu variabel laten, dibandingkan dengan nilai korelasi antara variabel laten tersebut dengan variabel laten lainnya. Diketahui nilai akar kuadrat AVE dari untuk setiap variabel laten, lebih besar dibandingkan nilai korelasi antara variabel laten tersebut dengan variabel laten lainnya. Maka disimpulkan telah memenuhi syarat validitas diskriminan.

E. UJI SIGNIFIKANSI PENGARUH INNER MODEL PENGUJIAN HIPOTESIS

Tabel 9. Koefisien Determinasi (R-Square)

	R Square
Y	0,829

Sumber: Data Diolah Smart PLS, 2022

Berdasarkan hasil Nilai R-Square menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat sangat kuat atau tidak, suatu nilai yang memperlihatkan seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Pada penelitian (Amartya, 2021) mengatakan bahwa nilai pada R-Square minimal 0,50 itu sedang dan 0,75 itu kuat. Minat penggunaan *financial technology* pada *ShopeePay* (y) adalah 0,829, dapat disimpulkan bahwa kemudahan pengguna (x1), pengaruh sosial (x2), keamanan (x3), kegunaan (x4), kepercayaan (x5), promosi (x6) mampu menjelaskan pengaruhnya sangat kuat terhadap minat penggunaan *financial technology* pada *ShopeePay* (y).

Tabel 9. Uji Signifikansi Pengaruh

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 -> Y	0,200	3,194	0,001
X2 -> Y	0,183	3,539	0,000
X3 -> Y	0,195	2,736	0,006

X4 -> Y	0,191	3,622	0,000
X5 -> Y	0,172	3,294	0,001
X6 -> Y	0,180	3,184	0,002

Sumber : Data Diolah Smart PLS, 2022

Berdasarkan hasil pada Tabel 9 diperoleh hasil pengujian sebagai berikut:

1. H₁: Kemudahan Pengguna berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada *ShopeePay*.

Hasil uji hipotesis diketahui bahwa Keamanan (x3) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada *ShopeePay* (y), dengan nilai koefisien jalur (original sample) 0,195, dan signifikan, dengan nilai P-Values = 0,006 < 0,05 Jika di artikan bahwasanya Keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu dalam penggunaan *financial technology*. Sehingga dinyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat individu dalam penggunaan *financial technology* (Hipotesis Diterima).

2. Kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada *ShopeePay*.

Kegunaan (x4) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada *ShopeePay* (y), dengan nilai koefisien jalur (original sample) 0,191, dan signifikan, dengan nilai P-Values = 0,000 < 0,05 Jika di artikan bahwasanya Kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu dalam penggunaan *financial technology*. Sehingga dinyatakan bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap minat individu dalam penggunaan *financial technology* (Hipotesis Diterima).

3. H₃: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada *ShopeePay*.

Kepercayaan (x5) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada *ShopeePay* (y), dengan nilai koefisien jalur (original sample) 0,172, dan signifikan, dengan nilai P-Values = 0,001 < 0,05 Jika di artikan bahwasanya Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu dalam penggunaan *financial technology*. Sehingga dinyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat individu dalam penggunaan *financial technology* (Hipotesis Diterima).

4. H₆: Promosi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada *ShopeePay*.

Promosi (x5) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada *ShopeePay* (y), dengan nilai koefisien jalur (original sample) 0,180, dan signifikan, dengan nilai P-Values = 0,002 < 0,05 Jika di artikan bahwasanya Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu dalam penggunaan *financial technology*. Dinyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat individu dalam penggunaan *financial technology* (Hipotesis Diterima).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis data yang telah dijelaskan bahwa *Financial Technology* adalah sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu

dalam penggunaan financial technology. Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) dengan meneliti beberapa faktor sesuai dengan teori yang diambil. Dalam penelitian ini hanya mengambil 6 faktor minat yang disaring dari beberapa penelitian, alasannya karena mengacu pada penelitian sebelumnya yang secara garis besar menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB). Metode yang digunakan pada penelitian ini untuk menganalisis data yang diolah dengan metode *Partial Least Square* yang merupakan bagian dari Teknik *Struktural Equation Model* (SEM).

Daftar Pustaka

- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijyantini, B. (2018). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 186–196. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i2.1893>
- Amartya, M. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Shopeepay*.
- Ariffin, S. K., Abd Rahman, M. F. R., Muhammad, A. M., & Zhang, Q. (2021). Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 25(3), 446–461. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SJME-07-2021-0138>
- Cahyani, N. M., Indriyanto, E., & Masripah, S. (2016). Uji Validitas dan Reabilitas Terhadap Implementasi Aplikasi Penjualan dan Pembelian. *Information System For Educators And Professionals: Journal Of Information System*, 1(1), 21–34.
- Diana, N., & Leon, F. M. (2020). Factors affecting continuance intention of FinTech payment among Millennials in Jakarta. *European Journal of Business and Management Research*, 5(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.4.444>
- Intarot, P., & Beokhaimook, C. (2018). Influencing factor in e-wallet acceptant and use. *International Journal of Business and Administrative Studies*, 4(4), 167–175.

<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.20469/ijbas.4.10004-4>

Mandagi, C., S LHV J, L., & Tumewu, F. J. (2021). ANTECEDENT FINTECH CONTINUANCE INTENTION IN MANADO (CASE STUDY: GOPAY). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 415–427. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i4.36305>

Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100–110.

Mediti, O. C. M. S. P. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1290–1300. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1290-1300>

Mulyana, Y. M. Y. (2022). PENGGANTIAN APARATUR SIPIL NEGARA (ASN) DENGAN ROBOTIK DALAM MEWUJUDKAN DIGITALISASI BIROKRASI DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *JISOS: JURNAL ILMU SOSIAL*, 1(7), 485–496.

Nurhaliza, W., Kusnandar, D., & Perdana, H. (2022). Penerapan Structural Equation Modeling Pada Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Sistem Informasi Akademik Universitas Tanjungpura. *Bimaster: Buletin Ilmiah Matematika, Statistika Dan Terapannya*, 11(3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26418/bbimst.v11i3.55588>

Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Penerbit Andi.

Utomo, M. N., Cahyaningrum, W., & Hasyim, B. (2019). Karakteristik entrepreneur dan kesuksesan bisnis UMKM di Kota Tarakan. *Jurnal Borneo Humaniora*, 2(1), 1–7. https://doi.org/https://doi.org/10.35334/borneo_humaniora.v2i1.873



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).