

# Menguji Peran Kesadaran Pengguna dalam Model Penerimaan Aplikasi FinTech Menggunakan Pendekatan UTAUT2

Muhammad Arsyad Bin Asrul<sup>1</sup>, Erwin Setiawan Panjaitan<sup>2</sup>, Sofiana Nurjanah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Mikroskil, Jl. Thamrin No. 112, 124, 140, (061) 4573767

<sup>1,2,3</sup>Informatika, Magister Teknologi Informasi, Universitas Mikroskil, Medan

e-mail: <sup>1</sup>[muhammad.arsyad@mikroskil.ac.id](mailto:muhammad.arsyad@mikroskil.ac.id), <sup>2</sup>[erwin@mikroskil.ac.id](mailto:erwin@mikroskil.ac.id),

<sup>3</sup>[sofiana.nurjanah@mikroskil.ac.id](mailto:sofiana.nurjanah@mikroskil.ac.id)

Dikirim: 25-03-2025 | Diterima: 21-02-2026 | Diterbitkan: 30-04-2026

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis peran kesadaran pengguna dalam mempengaruhi niat penggunaan (*Behavioral Intention*) dan perilaku penggunaan (*Use Behavior*) aplikasi *Financial Technology* (FinTech) dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner daring kepada pengguna aplikasi FinTech di Kota Medan. Sebanyak 392 responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi FinTech. Selain itu, variabel kebiasaan penggunaan juga terbukti mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan aplikasi FinTech. Niat penggunaan selanjutnya terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan aktual aplikasi FinTech. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis melalui pengembangan model UTAUT2 dengan menambahkan variabel kesadaran pengguna dalam konteks adopsi FinTech serta memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan FinTech dalam meningkatkan literasi dan kesadaran pengguna terhadap penggunaan teknologi keuangan digital.

**Kata kunci:** FinTech, UTAUT2, Kesadaran Pengguna

## Abstract

*This study aims to analyze the role of user awareness in influencing Behavioral Intention and Use Behavior of Financial Technology (FinTech) applications by applying the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) model. This study employs a quantitative approach using a survey method through the distribution of online questionnaires to FinTech application users in Medan City. A total of 392 respondents were obtained through online questionnaire distribution. Data analysis was conducted using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that user awareness has a positive and significant effect on Behavioral Intention to use FinTech applications. In addition, the habit variable is also proven to influence both Behavioral Intention and Use Behavior of FinTech applications. Furthermore, Behavioral Intention is found to have a significant effect on the actual Use Behavior of FinTech applications. This study provides theoretical contributions by extending the UTAUT2 model through the inclusion of user awareness variables in the context of FinTech adoption and offers practical implications for FinTech service providers in improving user literacy and awareness of digital financial technology usage.*

**Keywords:** FinTech, UTAUT2, User Awareness

## 1. PENDAHULUAN

Layanan keuangan modern telah dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, yang membawa kehadiran FinTech (*Financial Technology*). FinTech melibatkan aplikasi perangkat lunak dan algoritma untuk meningkatkan penggunaan dan penyampaian layanan keuangan kepada konsumen. Salah satu layanan FinTech yang populer adalah pinjaman *Peer-to-Peer (P2P) lending*, yang memfasilitasi transaksi keuangan antara individu melalui platform digital [1], [2].

Selain memberikan berbagai kemudahan dalam transaksi keuangan, perkembangan teknologi FinTech juga menimbulkan berbagai tantangan, khususnya terkait keamanan data, risiko penipuan digital, serta rendahnya literasi keuangan digital pada sebagian masyarakat. Peningkatan penggunaan layanan FinTech tanpa diimbangi dengan tingkat kesadaran pengguna yang memadai dapat meningkatkan potensi kesalahan penggunaan teknologi serta kerentanan terhadap risiko keamanan.

Kesadaran pengguna (*user awareness*) menjadi faktor penting dalam memastikan penggunaan teknologi keuangan digital secara aman dan optimal. Kesadaran pengguna mencerminkan pemahaman individu terhadap manfaat, risiko, serta tanggung jawab dalam menggunakan layanan FinTech. Pengguna yang memiliki tingkat kesadaran yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi digital serta memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap fitur dan keamanan aplikasi FinTech [3], [4].

Untuk memahami dan memanfaatkan layanan FinTech dengan lebih efektif, penelitian ini menggunakan model UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*). Model ini mencakup empat konstruk utama: Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi Memfasilitasi, serta tiga konstruk baru: Motivasi Hedonik, Nilai Harga, dan Kebiasaan. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan variabel moderasi seperti Usia, Jenis Kelamin, dan Pengalaman [5], [6].

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran kesadaran pengguna dalam penggunaan aplikasi FinTech di Kota Medan, Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana faktor penerimaan dan pemanfaatan teknologi dirasakan oleh pengguna aplikasi FinTech, dengan variabel kesadaran pengguna sebagai prediktor yang memiliki keterkaitan langsung dengan niat perilaku.

Penelitian terdahulu telah menjelaskan bahwa kesadaran berkelanjutan konsumen dapat mempengaruhi niat terhadap konsumsi berkelanjutan [7]. Selain itu, kesadaran lingkungan juga berpengaruh positif terhadap niat Gen-Z untuk membeli produk ramah lingkungan [8]. Kurangnya kesadaran pengguna dalam layanan keuangan, khususnya dalam konteks FinTech, merupakan suatu permasalahan yang berakar dari berbagai faktor seperti kemampuan calon pengguna untuk membayar kembali pinjaman, persepsi risiko, kontrol diri, literasi keuangan, dan skema pinjaman [3], [4].

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 FinTech (Financial Technology)

FinTech merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan penggunaan teknologi dalam industri keuangan. Layanan FinTech seperti pinjaman *Peer-to-Peer (P2P) lending*, investasi, pembayaran, dan asuransi ditawarkan langsung kepada pengguna akhir melalui platform digital. Pinjaman P2P merupakan komponen penting dalam lanskap FinTech, yang mewakili dari perantara keuangan konvensional seperti bank ke transaksi keuangan antara individu yang difasilitasi oleh platform digital. Platform pinjaman P2P beroperasi dengan menghubungkan peminjam secara langsung dengan investor melalui internet, menawarkan suku bunga yang lebih rendah bagi peminjam dan imbal hasil yang lebih tinggi bagi pemberi pinjaman dibandingkan dengan sistem perbankan konvensional [9], [10], [11].

## 2.2 UTAUT 2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)

UTAUT 2 merupakan pengembangan dari model UTAUT yang dirancang untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi. Model ini memiliki empat konstruk utama dari model UTAUT yaitu [5]:

1. **Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)**: Mengukur sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka.
2. **Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)**: Mengukur sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi akan memerlukan usaha yang signifikan.
3. **Pengaruh Sosial (*Social Influence*)**: Mengukur sejauh mana pengguna dipengaruhi oleh orang lain dalam menggunakan teknologi.
4. **Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)**: Mengukur sejauh mana pengguna percaya bahwa kondisi lingkungan memfasilitasi penggunaan teknologi.

Selain itu, UTAUT 2 juga menambahkan tiga konstruk baru:

1. **Motivasi Hedonik (*Hedonic Motivation*)**: Mengukur sejauh mana pengguna menggunakan teknologi karena kesenangan atau kepuasan.
2. **Nilai Harga (*Price Value*)**: Mengukur sejauh mana pengguna percaya bahwa manfaat teknologi lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan.
3. **Kebiasaan (*Habit*)**: Mengukur sejauh mana pengguna menggunakan teknologi karena kebiasaan.

Usia, Jenis Kelamin, dan Pengalaman juga menjadi variabel moderasi yang dapat mempengaruhi kekuatan hubungan antara variabel independen dan niat perilaku pengguna.

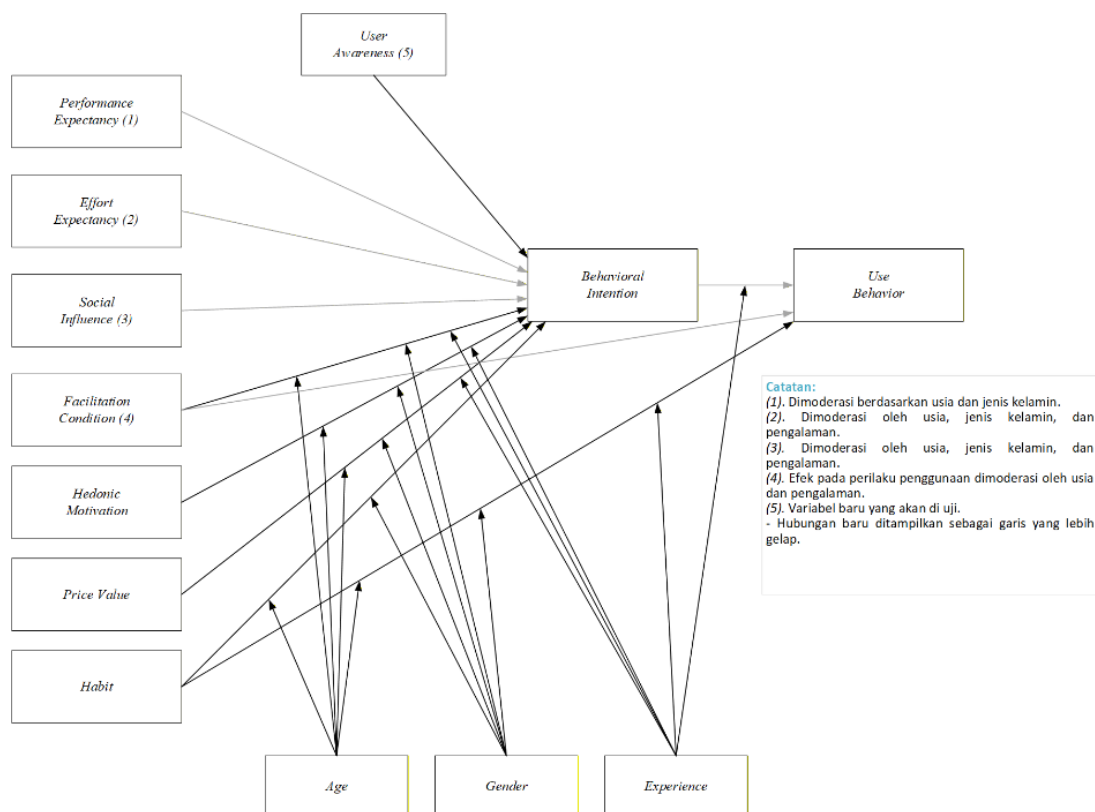
## 2.3 Kesadaran Pengguna (User Awareness)

Kesadaran pengguna dalam konteks teknologi merujuk pada pemahaman dan kewaspadaan individu terhadap manfaat, risiko, serta cara penggunaan teknologi [12]. Kesadaran ini penting untuk mendukung adopsi teknologi yang efektif dan menghindari risiko seperti penyalahgunaan data atau penipuan [13]. Selain itu, dalam konteks keberlanjutan, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kesadaran berkelanjutan konsumen dapat mempengaruhi niat mereka dalam melakukan konsumsi yang lebih bertanggung jawab [7]. Kesadaran lingkungan juga berkontribusi positif terhadap kecenderungan Gen-Z dalam memilih produk ramah lingkungan [8].

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis peran kesadaran pengguna dalam penggunaan aplikasi FinTech di Kota Medan, Indonesia. Desain survei ini dilakukan untuk memperoleh data yang representatif dan dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.



Gambar 1. Kerangka Konsep Pemecahan Masalah

Secara keseluruhan, model UTAUT 2 menyajikan sebuah kerangka kerja yang komprehensif dalam memahami adopsi dan penggunaan teknologi. UTAUT 2 dipilih sebagai model penelitian karena model ini khusus dirancang untuk memahami penerimaan dan penggunaan teknologi yang merupakan perluasan dan adaptasi dari model UTAUT. Model UTAUT 2 mencakup konstruk tambahan seperti Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), dan Kebiasaan (*Habit*), yang sangat relevan untuk mempelajari perilaku pengguna terhadap teknologi. Penambahan ini membuat UTAUT 2 lebih komprehensif untuk menangkap menggambarkan aspek penggunaan teknologi oleh konsumen [6].

### 3.2 Sampel Penelitian

Penelitian ini menargetkan populasi pengguna aplikasi *Financial Technology* (FinTech) di Kota Medan. Namun, jumlah pasti pengguna aplikasi FinTech di Kota Medan tidak dapat diketahui secara pasti karena keterbatasan data resmi terkait jumlah pengguna FinTech pada wilayah tersebut. Oleh karena itu, penentuan jumlah minimal sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow* yang diperuntukkan bagi populasi yang tidak diketahui jumlahnya.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring melalui Google Form kepada pengguna aplikasi FinTech di Kota Medan. Berdasarkan proses pengumpulan data, diperoleh sebanyak 399 responden yang mengisi kuesioner. Setelah dilakukan proses penyaringan data, terdapat 7 kuesioner yang tidak dapat digunakan karena tidak memenuhi kelengkapan pengisian, sehingga jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 392 responden.

Jumlah responden tersebut dinilai telah memenuhi persyaratan analisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Menurut Hair et al., jumlah sampel minimal pada analisis PLS-SEM dapat ditentukan berdasarkan aturan 5 hingga 10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam model penelitian, sehingga jumlah responden dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria yang disarankan.

### 3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner yang dirancang untuk mengumpulkan data tentang kesadaran pengguna, niat perilaku, dan perilaku pengguna aplikasi FinTech. Kuesioner ini terdiri dari beberapa skala yang dirancang untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti, termasuk:

1. Kesadaran Pengguna (*User Awareness*)
2. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)
3. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)
4. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)
5. Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)
6. Motivasi Hedonik (*Hedonic Motivation*)
7. Nilai Harga (*Price Value*)
8. Kebiasaan (*Habit*)
9. Usia (*Age*), Jenis Kelamin (*Gender*), dan Pengalaman (*Experience*)

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei melalui kuesioner. Pendekatan kuantitatif diperlukan untuk mengendalikan dan mengatasi volume data atau fakta yang terkumpul. Kuesioner ini disebarluaskan kepada responden melalui media *online* dan *offline*, seperti melalui aplikasi survei *online* dan penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden yang dipilih secara acak.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Analisis SEM digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dan memeriksa model teori yang digunakan.

### 3.6 Prosedur Pengolahan Data

Prosedur pengolahan data meliputi:

1. **Pengumpulan Data:** Kuesioner disebarluaskan kepada responden dan data dikumpulkan.
2. **Pembersihan Data:** Data yang diperoleh diperiksa untuk memastikan bahwa data yang diperoleh valid dan lengkap.
3. **Analisis Deskriptif:** Data dianalisis secara deskriptif untuk memahami distribusi data dan karakteristik responden.
4. **Analisis Inferensial:** Data dianalisis menggunakan SEM untuk memeriksa model teori dan memahami hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

### 3.7 Implementasi Penelitian

#### 3.7.1 Pengembangan Kuesioner

Kuesioner dirancang dengan mempertimbangkan konstruk-konstruk yang relevan dengan penelitian ini. Kuesioner ini terdiri dari beberapa skala yang dirancang untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti. Skala-skalanya dirancang untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Kuesioner digunakan sebagai alat evaluasi yang didistribusikan kepada sampel penelitian. Selanjutnya, penilaian menggunakan skala *Likert* dalam kuesioner yang menawarkan lima opsi jawaban, yang dijelaskan dalam tabel berikut [14]:

Tabel 1. Skor Jawaban Kuesioner

No.	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

### 3.7.2 Pengumpulan Data

Kuesioner disebarluaskan kepada responden melalui media *online* dan *offline*. Data dikumpulkan dan disimpan dalam *database* untuk kemudian dianalisis. Berdasarkan hasil pengumpulan data dapat dirincikan sebagai berikut:

Tabel 2. Pengiriman dan Pengambilan Kuesioner

Kuesioner	Jumlah
Kuesioner yang diterima	399
Kuesioner yang tidak digunakan	7
Kuesioner yang digunakan	392

### 3.7.3 Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan SEM dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Analisis ini digunakan untuk memeriksa model teori dan memahami hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	Indikator	Jawaban (%)					Mean
		1	2	3	4	5	
<i>Performance Expectancy</i>	X1.1	0	11	103	259	19	3,73
		0,00%	2,81%	26,28%	66,07%	4,85%	
	X1.2	0	10	86	269	27	3,80
		0,00%	2,55%	21,94%	68,62%	6,89%	
	X1.3	0	5	76	235	76	3,97
		0,00%	1,28%	19,39%	59,95%	19,39%	
	X1.4	1	5	72	235	79	3,98
		0,26%	1,28%	18,37%	59,95%	20,15%	
	X1.5	0	2	64	257	69	4,00
		0,00%	0,51%	16,33%	65,56%	17,60%	
<i>Effort Expectancy</i>	X2.1	0	0	32	216	144	4,29
		0,00%	0,00%	8,16%	55,10%	36,73%	

	X2.2	0	0	28	210	154	4,32
		0,00%	0,00%	7,14%	53,57%	39,29%	
	X2.3	0	1	29	216	146	4,29
		0,00%	0,26%	7,40%	55,10%	37,24%	
<i>Social Influence</i>	X3.1	22	104	80	166	20	3,15
		5,61%	26,53%	20,41%	42,35%	5,10%	
	X3.2	6	83	90	193	20	3,35
		1,53%	21,17%	22,96%	49,23%	5,10%	
	X3.3	1	56	67	223	45	3,65
		0,26%	14,29%	17,09%	56,89%	11,48%	
<i>Facilitating Condition</i>	X4.1	0	44	41	230	77	3,87
		0,00%	11,22%	10,46%	58,67%	19,64%	
	X4.2	9	65	76	212	30	3,48
		2,30%	16,58%	19,39%	54,08%	7,65%	
<i>Hedonic Motivation</i>	X5.1	3	94	70	180	45	3,43
		0,77%	23,98%	17,86%	45,92%	11,48%	
	X5.2	23	105	74	163	27	3,17
		5,87%	26,79%	18,88%	41,58%	6,89%	
	X5.3	2	62	54	235	39	3,63
		0,51%	15,82%	13,78%	59,95%	9,95%	
<i>Price Value</i>	X6.1	1	75	70	218	28	3,50
		0,26%	19,13%	17,86%	55,61%	7,14%	
<i>Habit</i>	X7.1	1	81	82	199	29	3,44
		0,26%	20,66%	20,92%	50,77%	7,40%	
	X7.2	10	108	83	160	31	3,24
		2,55%	27,55%	21,17%	40,82%	7,91%	
<i>User Awareness</i>	X8.1	0	63	54	232	43	3,65
		0,00%	16,07%	13,78%	59,18%	10,97%	
	X8.2	0	81	87	190	34	3,45
		0,00%	20,66%	22,19%	48,47%	8,67%	
	X8.3	0	61	43	230	58	3,73
		0,00%	15,56%	10,97%	58,67%	14,80%	
	X8.4	0	36	26	247	83	3,96
		0,00%	9,18%	6,63%	63,01%	21,17%	
<i>Behavioral Intentions</i>	Y1.1	0	52	60	238	42	3,69
		0,00%	13,27%	15,31%	60,71%	10,71%	
	Y1.2	4	83	109	170	26	3,33
		1,02%	21,17%	27,81%	43,37%	6,63%	
<i>Use Behavior</i>	Y2.1	4	87	111	166	24	3,30
		1,02%	22,19%	28,32%	42,35%	6,12%	

	Y2.2	7	99	87	178	21	3,27
		1,79%	25,26%	22,19%	45,41%	5,36%	
<i>Age</i>	<i>Age</i>	Usia Pelajar		Usia Pekerja		Total	
		230	59%	162	41%	392	100%
<i>Gender</i>	<i>Gender</i>	Pria		Wanita		Total	
		150	38%	242	62%	392	100%
<i>Experience</i>	<i>Experience</i>	Tidak		Iya		Total	
		133	34%	259	66%	392	100%

1. Ekspektasi Kinerja:  
Berdasarkan variabel Ekspektasi Kinerja pada hasil deskriptif, dapat disimpulkan bahwa pengguna cenderung memiliki harapan tinggi bahwa aplikasi FinTech akan memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerja mereka.
2. Ekspektasi Usaha:  
Berdasarkan variabel Ekspektasi Usaha pada hasil deskriptif, dapat disimpulkan bahwa aplikasi FinTech dipersepsikan relatif mudah digunakan dan tidak membutuhkan usaha yang berlebihan dari penggunanya.
3. Faktor Sosial:  
Berdasarkan variabel Faktor Sosial pada hasil deskriptif, dapat disimpulkan bahwa pengguna cenderung dipengaruhi oleh lingkungan sosial mereka dalam proses adopsi dan penggunaan aplikasi FinTech.
4. Kondisi Memfasilitasi:  
Berdasarkan variabel Kondisi Memfasilitasi pada hasil deskriptif, dapat disimpulkan bahwa terdapat infrastruktur dan dukungan yang memadai untuk memfasilitasi penggunaan aplikasi FinTech oleh pengguna.
5. Motivasi Hedonik:  
Berdasarkan variabel Motivasi Hedonik pada hasil deskriptif, dapat disimpulkan bahwa aspek kesenangan dan kepuasan emosional menjadi pertimbangan penting bagi pengguna dalam memilih dan menggunakan aplikasi FinTech.
6. Nilai Harga:  
Berdasarkan variabel Nilai Harga pada hasil deskriptif, dapat disimpulkan bahwa pengguna memandang aplikasi FinTech sebagai solusi yang memberikan nilai yang memadai, mempertimbangkan keseimbangan antara kegunaan yang diterima dan biaya yang dibutuhkan.
7. Kebiasaan:  
Berdasarkan variabel Kebiasaan pada hasil deskriptif, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung terbiasa dalam menggunakan aplikasi FinTech.
8. Kesadaran Pengguna:  
Berdasarkan variabel Kesadaran Pengguna pada hasil deskriptif, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung memiliki tingkat kesadaran yang cukup tinggi terhadap penggunaan aplikasi FinTech.
9. Niat Perilaku:  
Berdasarkan variabel Niat Perilaku pada hasil deskriptif, dapat disimpulkan bahwa terdapat kecenderungan positif di kalangan responden untuk memanfaatkan layanan keuangan digital melalui aplikasi FinTech dalam waktu dekat.
10. Perilaku Penggunaan:  
Berdasarkan variabel Perilaku Penggunaan pada hasil deskriptif, dapat disimpulkan bahwa aplikasi FinTech telah diadopsi secara signifikan dan digunakan secara aktif oleh sebagian besar responden dalam penelitian ini.
11. Jenis Kelamin:

Berdasarkan variabel Jenis Kelamin pada hasil deskriptif, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung dan mayoritas jenis kelamin pria.

12.Usia:

Berdasarkan variabel Usia pada hasil deskriptif, dapat disimpulkan bahwa usia responden cenderung bervariasi dengan mayoritas berada pada kisaran usia yang lebih muda

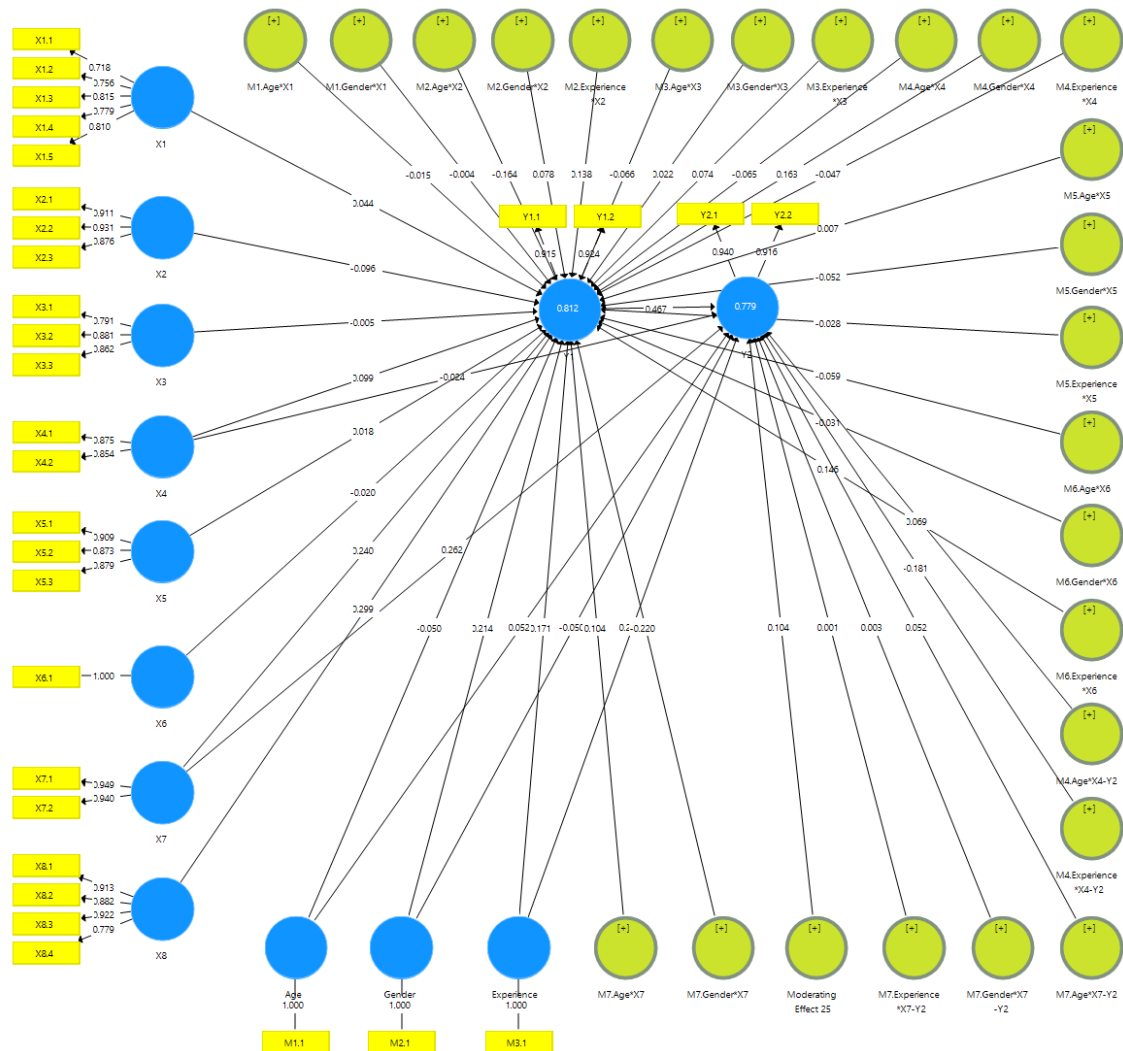
13.Pengalaman:

Berdasarkan variabel Pengalaman pada hasil deskriptif, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden kurang memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan aplikasi FinTech

3.7.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Measurement Model/Outer Model*)

1. Uji Validitas Konvergen

Hasil faktor beban untuk setiap indikator akan diperlihatkan dalam bentuk Diagram Jalur Uji Validitas Konvergen. Visualisasi ini dapat dilihat pada Gambar 2, yang menyajikan representasi grafis dari hasil analisis tersebut.



Gambar 2. Diagram Jalur Uji Validitas Konvergen

Nilai *Loading Factor* untuk setiap indikator yang digunakan dalam model pengukuran disajikan dalam Tabel 4 dan Tabel 4.1.

Tabel 4. Nilai Loading Factor

Variabel	Indikator	Nilai Loading Factor
<i>Performance Expectancy</i>	X1.1	0.718
	X1.2	0.756
	X1.3	0.815
	X1.4	0.779
	X1.5	0.810
<i>Effort Expectancy</i>	X2.1	0.911
	X2.2	0.931
	X2.3	0.876
<i>Social Influence</i>	X3.1	0.791
	X3.2	0.881
	X3.3	0.862
<i>Facilitating Condition</i>	X4.1	0.875
	X4.2	0.854
<i>Hedonic Motivation</i>	X5.1	0.909
	X5.2	0.873
	X5.3	0.879
<i>Price Value</i>	X6.1	1.000
<i>Habit</i>	X7.1	0.949
	X7.2	0.940
<i>User Awareness</i>	X8.1	0.913
	X8.2	0.882
	X8.3	0.922
	X8.4	0.779
<i>Behavioral Intentions</i>	Y1.1	0.915
	Y1.2	0.924
<i>Use Behavior</i>	Y2.1	0.940
	Y2.2	0.916
<i>Age</i>	<i>Age</i>	1.000
<i>Gender</i>	<i>Gender</i>	1.000
<i>Experience</i>	<i>Experience</i>	1.000

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2023)

Berdasarkan Tabel 4 dan Tabel 4.1, seluruh indikator pada masing-masing variabel penelitian memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator telah memenuhi persyaratan validitas konvergen. Dengan demikian, tidak terdapat indikator yang dieliminasi dan seluruh indikator dapat digunakan untuk analisis pada tahap selanjutnya.

## 2. Uji Validitas Diskriminan

Berikut hasil dari *discriminant validity* yang ditunjukkan dari nilai *cross loading* masing-masing yang dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 5.1.

Tabel 5. Nilai Cross Loading

Indikator	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y1	Y2
X1.1	0.718	0.139	0.122	0.115	0.06	0.006	0.087	-0.021	0.094	0.094
X1.2	0.756	0.172	0.115	0.1	0.108	-0.094	0.066	0.086	0.126	0.05
X1.3	0.815	0.45	0.103	0.217	0.154	0.152	0.069	0.145	0.078	0.089
X1.4	0.779	0.429	0.094	0.172	0.122	0.157	0.076	0.145	0.074	0.102
X1.5	0.81	0.492	0.185	0.266	0.223	0.151	0.11	0.226	0.13	0.123
X2.1	0.387	0.911	0.151	0.356	0.318	0.249	0.196	0.395	0.262	0.229
X2.2	0.371	0.931	0.141	0.358	0.313	0.271	0.183	0.395	0.245	0.217
X2.3	0.403	0.876	0.217	0.349	0.307	0.317	0.166	0.372	0.206	0.168
X3.1	0.128	0.048	0.791	0.31	0.488	0.26	0.403	0.27	0.337	0.466
X3.2	0.114	0.069	0.881	0.403	0.491	0.295	0.446	0.382	0.418	0.526
X3.3	0.176	0.305	0.862	0.563	0.624	0.319	0.401	0.559	0.486	0.427
X4.1	0.304	0.526	0.459	0.875	0.65	0.503	0.554	0.718	0.627	0.534
X4.2	0.078	0.136	0.437	0.854	0.525	0.323	0.506	0.509	0.568	0.517
X5.1	0.149	0.289	0.589	0.634	0.909	0.314	0.52	0.66	0.611	0.566
X5.2	0.066	0.191	0.603	0.47	0.873	0.345	0.537	0.539	0.523	0.608
X5.3	0.235	0.409	0.518	0.683	0.879	0.494	0.594	0.768	0.688	0.591
X6.1	0.082	0.304	0.347	0.481	0.441	1	0.551	0.534	0.497	0.549
X7.1	0.128	0.216	0.482	0.637	0.649	0.514	0.949	0.789	0.757	0.744
X7.2	0.073	0.163	0.443	0.517	0.523	0.527	0.94	0.633	0.649	0.735
X8.1	0.16	0.437	0.521	0.669	0.757	0.49	0.722	0.913	0.715	0.678
X8.2	0.095	0.273	0.505	0.618	0.72	0.437	0.807	0.882	0.787	0.751
X8.3	0.153	0.418	0.43	0.678	0.678	0.504	0.631	0.922	0.76	0.602
X8.4	0.142	0.385	0.25	0.525	0.442	0.442	0.451	0.779	0.603	0.4
Y1.1	0.151	0.309	0.441	0.671	0.659	0.459	0.667	0.85	0.915	0.666
Y1.2	0.102	0.18	0.473	0.603	0.617	0.454	0.704	0.668	0.924	0.826
Y2.1	0.116	0.184	0.478	0.601	0.607	0.48	0.772	0.685	0.817	0.94
Y2.2	0.101	0.245	0.558	0.523	0.625	0.546	0.676	0.62	0.683	0.916

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2023)

Berdasarkan Tabel 5 dan Tabel 5.1, dapat dilihat bahwa nilai *cross loading* yang ditandai dengan warna abu-abu menunjukkan bahwa nilai korelasi antara variabel indikator memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi dengan variabel lain. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap indikator memiliki hubungan yang lebih kuat dengan variabelnya sendiri daripada dengan variabel lain dalam model. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua indikator memenuhi kriteria validitas diskriminan dan dapat dianggap valid.

Tabel 6. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
X1	0.603	Valid
X2	0.821	Valid
X3	0.715	Valid
X4	0.747	Valid
X5	0.787	Valid
X6	1	Valid
X7	0.892	Valid
X8	0.767	Valid
Y1	0.845	Valid
Y2	0.862	Valid
Age	1	Valid
Gender	1	Valid
Experience	1	Valid
X1*Age	1	Valid
X1*Gender	1	Valid
X2*Age	1	Valid
X2*Experience	1	Valid
X2*Gender	1	Valid
X3*Age	1	Valid
X3*Experience	1	Valid
X3*Gender	1	Valid
X4*Age	1	Valid
X4*Age (UB)	1	Valid
X4*Experience	1	Valid
X4*Experience (UB)	1	Valid
X4*Gender	1	Valid
X5*Age	1	Valid
X5*Experience	1	Valid
X5*Gender	1	Valid
X6*Age	1	Valid
X6*Gender	1	Valid
X7*Age	1	Valid
X7*Age (UB)	1	Valid
X7*Experience	1	Valid
X7*Experience (UB)	1	Valid
X7*Gender	1	Valid
X7*Gender (UB)	1	Valid
Y1*Experience	1	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2023)

Berdasarkan Tabel 6 dan Tabel 6.1, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai AVE di atas 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel memenuhi persyaratan validitas diskriminan yang memadai. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan valid dalam penelitian ini.

Tabel 7. Nilai Composite Reliability

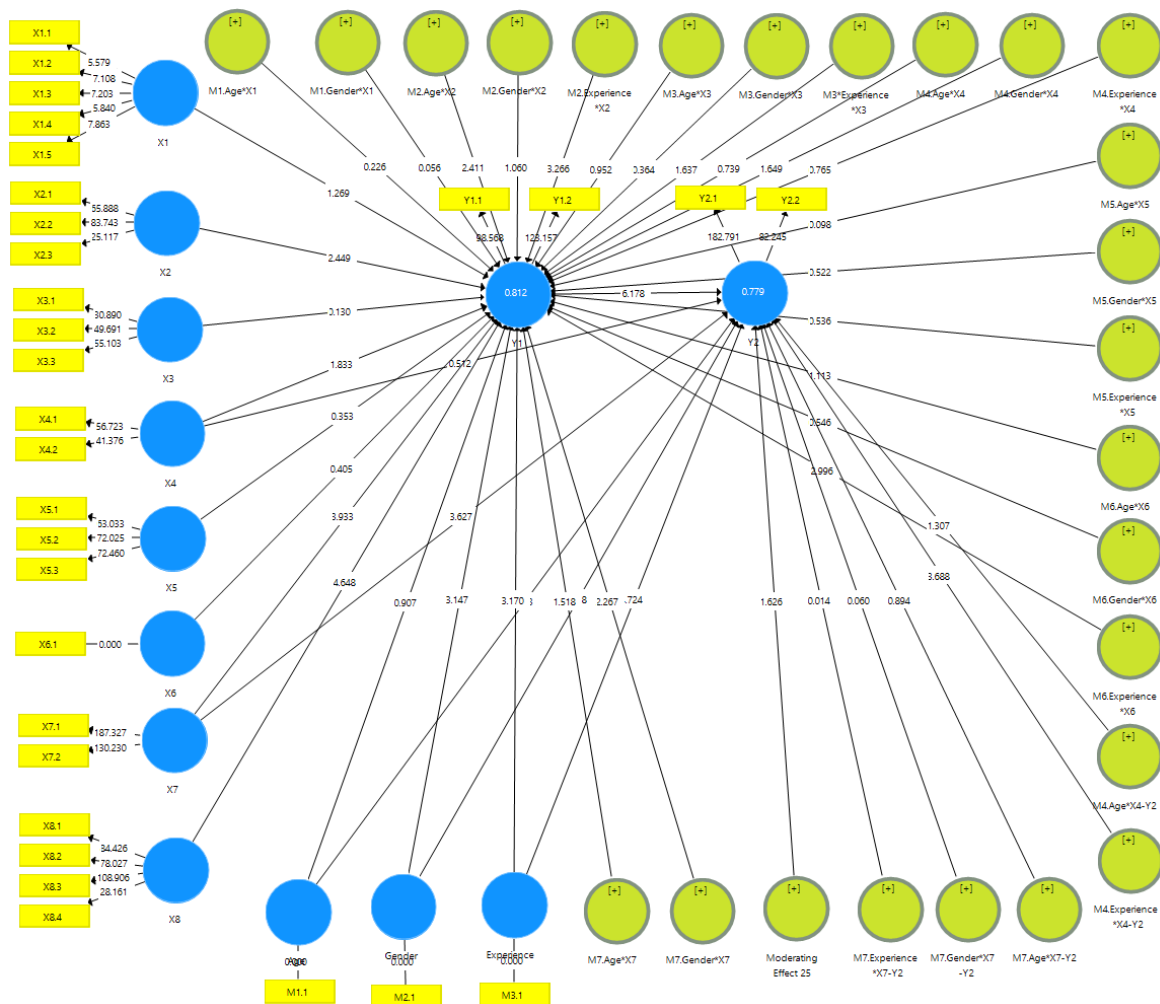
Variabel	Composite Reliability	Keterangan
X1	0.883	Reliabel
X2	0.932	Reliabel
X3	0.883	Reliabel
X4	0.855	Reliabel
X5	0.917	Reliabel
X6	1	Reliabel
X7	0.943	Reliabel
X8	0.929	Reliabel
Y1	0.916	Reliabel
Y2	0.926	Reliabel
Age	1.000	Reliabel
Gender	1.000	Reliabel
Experience	1.000	Reliabel
X1*Age	1.000	Reliabel
X1*Gender	1.000	Reliabel
X2*Age	1.000	Reliabel
X2*Experience	1.000	Reliabel
X2*Gender	1.000	Reliabel
X3*Age	1.000	Reliabel
X3*Experience	1.000	Reliabel
X3*Gender	1.000	Reliabel
X4*Age	1.000	Reliabel
X4*Age (UB)	1.000	Reliabel
X4*Experience	1.000	Reliabel
X4*Experience (UB)	1.000	Reliabel
X4*Gender	1.000	Reliabel
X5*Age	1.000	Reliabel
X5*Experience	1.000	Reliabel
X5*Gender	1.000	Reliabel
X6*Age	1.000	Reliabel
X6*Gender	1.000	Reliabel
X7*Age	1.000	Reliabel
X7*Age (UB)	1.000	Reliabel
X7*Experience	1.000	Reliabel
X7*Experience (UB)	1.000	Reliabel
X7*Gender	1.000	Reliabel

X7*Gender (UB)	1.000	Reliabel
Y1*Experience	1.000	Reliabel

Berdasarkan Tabel 7 yang disajikan, dapat dilihat bahwa semua nilai *Composite Reliability* pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah lebih besar dari 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel memenuhi persyaratan reliabilitas yang memadai. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel dalam penelitian ini.

**3.7.3.2 Evaluasi Model Struktural (Structural Model/Inner Model)**

Untuk mengukur signifikansi pengaruh antar variabel, digunakan ukuran *Stone-Geisser Q-Square test* dan dilakukan analisis terhadap nilai signifikansi koefisien jalur (*path coefficient*). Suatu hubungan variabel dianggap berpengaruh secara signifikan jika nilai *T-Statistics* > 1,96 atau nilai *P-Value* < 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima jika nilai *T-Statistics* > 1,96 atau nilai *P-Value* < 0,05, dan sebaliknya hipotesis ditolak jika nilai *T-Statistics* < 1,96 atau nilai *P-Value* > 0,05. Untuk melihat gambar *Path Diagram (Bootstrapping)*, dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Path Diagram (Bootstrapping)

Berikut hasil *T-Statistics* dan koefisien jalur (*P-Value*) untuk variabel laten dan juga variabel moderasi yang dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. T-Statistics dan Koefisien Jalur Variabel Latent (P-Value)

Relasi Antar Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Keterangan
X1 -> Y1	0.044	0.047	0.033	1.358	0.175	Ditolak
X2 -> Y1	0.096	0.092	0.037	2.592	<b>0.01</b>	<b>Diterima</b>
X3 -> Y1	-0.005	-0.002	0.037	0.136	0.892	Ditolak
X4 -> Y1	0.099	0.09	0.056	1.757	0.08	Ditolak
X4 -> Y2	-0.024	-0.022	0.048	0.508	0.612	Ditolak
X5 -> Y1	0.018	0.018	0.048	0.369	0.712	Ditolak
X6 -> Y1	-0.02	-0.013	0.05	0.393	0.695	Ditolak
X7 -> Y1	0.24	0.243	0.059	4.089	<b>0.000</b>	<b>Diterima</b>
X7 -> Y2	0.262	0.259	0.071	3.682	<b>0.000</b>	<b>Diterima</b>
<b>X8 -&gt; Y1</b>	<b>0.299</b>	<b>0.293</b>	<b>0.067</b>	<b>4.442</b>	<b>0.000</b>	<b>Diterima</b>
Y1 -> Y2	0.467	0.474	0.078	6.02	<b>0.000</b>	<b>Diterima</b>

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *bootstrapping* pada SmartPLS dengan melihat nilai *t-statistic* dan *p-value*. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 8, variabel *Effort Expectancy*, *Habit*, dan *User Awareness* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Selain itu, *Habit* dan *Behavioral Intention* juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior*.

Sebaliknya, variabel *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, dan *Price Value* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention* maupun *Use Behavior*.

Tabel 9. T-Statistics dan Koefisien Jalur Variabel Moderasi - Age (P-Value)

Indikator	Path Coefficients Original (Age - Muda)	Path Coefficients Original (Age - Tua)	t-Value (Age - Muda)	t-Value (Age - Tua)	p-Value (Age - Muda)	p-Value (Age - Tua)
X1 -> Y1	0.080	-0.043	1.994	0.692	<b>0.047</b>	0.489
X2 -> Y1	0.129	0.031	2.958	0.501	<b>0.003</b>	0.617
X3 -> Y1	-0.011	0.048	0.186	0.844	0.853	0.399
X4 -> Y1	0.166	-0.008	2.511	0.103	<b>0.012</b>	0.918
X4 -> Y2	-0.081	0.084	1.187	1.410	0.236	0.159
X5 -> Y1	0.055	-0.079	0.777	0.571	0.437	0.568
X6 -> Y1	-0.054	0.045	0.872	0.454	0.384	0.650
X7 -> Y1	0.156	0.347	2.097	2.638	<b>0.037</b>	<b>0.009</b>
X7 -> Y2	0.277	0.228	2.927	2.336	<b>0.004</b>	<b>0.020</b>
X8 -> Y1	0.322	0.288	3.338	2.685	<b>0.001</b>	<b>0.007</b>
Y1 -> Y2	0.465	0.510	5.171	4.390	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>

Tabel 10. T-Statistics dan Koefisien Jalur Variabel Moderasi - Gender (P-Value)

Indikator	Path Coefficients Original (Gender - Pria)	Path Coefficients Original (Gender - Wanita)	t-Value (Gender - Pria)	t-Value (Gender - Wanita)	p-Value (Gender - Pria)	p-Value (Gender - Wanita)
X1 -> Y1	0.057	0.031	0.675	0.753	0.500	0.452
X2 -> Y1	0.054	0.095	0.868	1.840	0.386	0.066
X3 -> Y1	0.020	-0.059	0.281	1.287	0.779	0.199
X4 -> Y1	0.023	0.132	0.275	1.984	0.784	<b>0.048</b>
X4 -> Y2	-0.079	-0.001	1.007	0.013	0.315	0.989
X5 -> Y1	-0.100	0.100	1.057	1.542	0.291	0.124
X6 -> Y1	-0.081	0.014	0.805	0.231	0.421	0.818
X7 -> Y1	0.380	0.213	3.341	2.971	<b>0.001</b>	<b>0.003</b>
X7 -> Y2	0.307	0.217	2.272	2.670	<b>0.023</b>	<b>0.008</b>
X8 -> Y1	0.157	0.325	1.325	3.647	0.186	<b>0.000</b>
Y1 -> Y2	0.400	0.532	2.971	6.371	<b>0.003</b>	<b>0.000</b>

Tabel 11. T-Statistics dan Koefisien Jalur Variabel Moderasi - Experience (P-Value)

Indikator	Path Coefficients Original (Exp - Lebih Pengalaman)	Path Coefficients Original (Exp - Kurang Pengalaman)	t-Value (Experience - Lebih Pengalaman)	t-Value (Exp - Kurang Pengalaman)	p-Value (Exp - Lebih Pengalaman)	p-Value (Exp - Kurang Pengalaman)
X1 -> Y1	0.180	0.072	1.115	1.745	0.265	0.082
X2 -> Y1	0.060	0.121	0.720	2.636	0.472	<b>0.009</b>
X3 -> Y1	-0.040	-0.026	0.526	0.566	0.599	0.572
X4 -> Y1	0.128	0.018	1.283	0.329	0.200	0.742
X4 -> Y2	-0.108	0.036	1.155	0.664	0.249	0.507
X5 -> Y1	0.005	0.019	0.044	0.313	0.965	0.754
X6 -> Y1	0.057	0.028	0.512	0.404	0.609	0.686
X7 -> Y1	0.175	0.238	1.309	2.950	0.191	<b>0.003</b>
X7 -> Y2	0.342	0.244	3.166	2.778	<b>0.002</b>	<b>0.006</b>

X8 -> Y1	0.477	0.232	2.838	3.356	0.005	0.001
Y1 -> Y2	0.571	0.431	4.444	5.585	0.000	0.000

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, telah dilakukan pengujian terhadap berbagai hipotesis yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi Niat Perilaku dan Perilaku Penggunaan aplikasi FinTech pada pengguna Kota Medan. Berikut pembahasan dan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Effort Expectancy* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (Y1) dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.096, nilai *t-statistics* sebesar 2.592, dan *p-value* sebesar 0.01 ( $< 0.05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi FinTech digunakan, maka semakin tinggi niat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Habit* (X7) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (Y1) dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.240, nilai *t-statistics* sebesar 4.089, dan *p-value* sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kebiasaan pengguna dalam menggunakan aplikasi FinTech, maka semakin tinggi pula niat untuk terus menggunakan aplikasi tersebut..
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Habit* (X7) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Use Behavior* (Y2) dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.262, nilai *t-statistics* sebesar 3.682, dan *p-value* sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan penggunaan FinTech secara langsung memengaruhi perilaku penggunaan aktual.
4. Variabel tambahan *User Awareness* (X8) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (Y1) dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.299, nilai *t-statistics* sebesar 4.442, dan *p-value* sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran pengguna terhadap manfaat dan risiko penggunaan FinTech, maka semakin tinggi pula niat untuk menggunakan layanan tersebut.
5. *Behavioral Intention* (Y1) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Use Behavior* (Y2) dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.467, nilai *t-statistics* sebesar 6.020, dan *p-value* sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa niat pengguna merupakan prediktor kuat terhadap perilaku penggunaan FinTech secara aktual. Jika dikaitkan dengan hasil pengujian sebelumnya yang menunjukkan bahwa *User Awareness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*, maka temuan ini mengindikasikan bahwa kesadaran pengguna tidak hanya meningkatkan niat penggunaan aplikasi FinTech, tetapi juga berkontribusi secara tidak langsung terhadap peningkatan perilaku penggunaan aktual melalui mediasi niat penggunaan.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention*, *Hedonic Motivation*, dan *Price Value* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pengguna FinTech di Kota Medan. Tidak signifikannya *Performance Expectancy* menunjukkan bahwa pengguna telah menganggap manfaat aplikasi FinTech sebagai fitur standar sehingga tidak lagi menjadi faktor utama dalam menentukan niat penggunaan. Sementara itu, tidak signifikannya *Social Influence* mengindikasikan bahwa keputusan penggunaan FinTech lebih dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dibandingkan pengaruh sosial.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usia memoderasi hubungan *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*, dimana pengaruh kemudahan penggunaan lebih kuat pada kelompok usia muda dibandingkan kelompok usia tua. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna usia muda cenderung lebih responsif terhadap kemudahan penggunaan teknologi.

Selain itu, usia juga memoderasi hubungan *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention* serta hubungan *Habit* terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*. Kelompok usia pekerja menunjukkan pengaruh kebiasaan yang lebih kuat dibandingkan kelompok usia pelajar.

8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gender memoderasi hubungan *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention*, dimana pengaruh kondisi pendukung lebih signifikan pada kelompok wanita dibandingkan pria. Selain itu, variabel *Habit* menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* baik pada kelompok pria maupun wanita. Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan penggunaan FinTech merupakan faktor *universal* yang memengaruhi perilaku penggunaan teknologi tanpa memandang perbedaan *gender*.
9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan teknologi memoderasi hubungan *Effort Expectancy* dan *Habit* terhadap *Behavioral Intention*. Pengguna dengan pengalaman teknologi yang lebih tinggi menunjukkan pengaruh kebiasaan yang lebih kuat dalam meningkatkan niat penggunaan.  
Selain itu, pengalaman juga memoderasi hubungan *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*, dimana pengguna yang lebih berpengalaman cenderung memiliki tingkat penggunaan aktual yang lebih tinggi.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kesadaran Pengguna (*User Awareness*) berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku pengguna aplikasi FinTech di Kota Medan.
2. Variabel Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Kebiasaan (*Habit*), dan Kesadaran Pengguna (*User Awareness*) berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku, dan Kebiasaan (*Habit*) dan Niat Perilaku berpengaruh positif terhadap Perilaku Penggunaan aplikasi FinTech di Kota Medan.
3. Variabel Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Motivasi Hedonik (*Hedonic Motivation*) dan Nilai Harga (*Price Value*) tidak memiliki pengaruh terhadap Niat Perilaku pengguna aplikasi FinTech di Kota Medan.
4. Variabel Usia (*Age*), Jenis Kelamin (*Gender*), dan Pengalaman (*Experience*) memainkan peran krusial dalam memoderasi pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap niat dan perilaku pengguna aplikasi FinTech di Kota Medan.
5. Pengguna aplikasi FinTech di Kota Medan menunjukkan tingkat kesadaran dan kebiasaan yang signifikan dalam mempengaruhi niat dan perilaku mereka terhadap penggunaan aplikasi FinTech. Penelitian ini menyoroti pentingnya faktor-faktor internal seperti kesadaran pengguna dan kebiasaan dalam mendorong adopsi dan penggunaan berkelanjutan dari aplikasi FinTech. Selain itu, penting bagi masyarakat untuk memiliki rasa tanggung jawab dan kesadaran akan risiko serta potensi keuntungan dari penggunaan aplikasi FinTech, sehingga mereka dapat memanfaatkan teknologi ini secara bijaksana dan maksimal.

## 6. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan longitudinal untuk mengamati perubahan niat dan perilaku penggunaan FinTech dari waktu ke waktu. Selain itu, penelitian mendatang diharapkan dapat memperluas cakupan sampel dengan melibatkan responden dari berbagai wilayah serta latar belakang sosial-ekonomi yang lebih beragam guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai adopsi FinTech. Dari sisi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Otoritas Jasa Keuangan dalam mengembangkan program edukasi yang meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap manfaat, risiko, dan penggunaan FinTech secara bijak.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Q. Liu, K. C. Chan, and R. Chimhundu, "Fintech research: systematic mapping, classification, and future directions," Dec. 01, 2024, *Springer Science and Business Media Deutschland GmbH*. doi: 10.1186/s40854-023-00524-z.
- [2] A. Pahuja, "International Journal of INTELLIGENT SYSTEMS AND APPLICATIONS IN ENGINEERING FinTech Frontiers: Cloud Computing and Artificial Intelligence Applications for Intelligent Finance Investment and Blockchain in the Financial Sector." [Online]. Available: [www.ijjsae.org](http://www.ijjsae.org)
- [3] W. C. Gomera and M. I. Ngollo, "The Effect of Self-Control on Loan Repayment Decisions of Women Market Vendors in Mbeya Municipality, Tanzania," *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, vol. 16, no. 1, pp. 107–123, Apr. 2023, doi: 10.20473/jmtt.v16i1.42720.
- [4] E. Endris, "Loan repayment performance of micro and small-scale enterprise: evidence from North Wollo Zone, Ethiopia," *Heliyon*, vol. 8, no. 12, Dec. 2022, doi: 10.1016/j.heliyon.2022.e12085.
- [5] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," 2003.
- [6] S. M. Walton, J. Y. L. Thong, and X. Xu, "CONSUMER ACCEPTANCE AND USE OF INFORMATION TECHNOLOGY: EXTENDING THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 1 Viswanath Venkatesh," 2012.
- [7] Rubiyatno, M. W. Angela Diva Vilaningrum, I. Kristina Yulita, M. Theresia Ernawati, and T. Rahayu, "Sustainable Knowledge, Awareness, Attitude And Intention For Gen-Z Sustainable Consumption," *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, vol. 12, no. 1, pp. 517–526, 2024, doi: 10.37676/ekombis.v12i1.
- [8] U. N. Illahi, D. K. Sari, R. Ambarwati, and M. T. Alimova, "Influencing Generation Z's Green Purchase Intention: Roles of Awareness and Eco-Labels," *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, vol. 13, no. 1, pp. 13–29, May 2024, doi: 10.22202/mamangan.v13i1.7790.
- [9] N. Chulawate and S. Kiattisin, "Success Factors Influencing Peer-to-Peer Lending to Support Financial Innovation," *Sustainability (Switzerland)*, vol. 15, no. 5, Mar. 2023, doi: 10.3390/su15054028.
- [10] J. Duarte, S. Siegel, and L. Young, "The Evolution of P2P Lending \*," 2023.
- [11] E. Yeo and J. Jun, "Peer-to-peer lending and bank risks: A closer look," *Sustainability (Switzerland)*, vol. 12, no. 15, Aug. 2020, doi: 10.3390/su12156107.
- [12] N. O. Olsson, S. Hunnes Blakstad, and G. Karsten Hansen, "Who is the user?," 2010.
- [13] H. F. Jati, S. N. A. C. Darsono, D. T. Hermawan, W. A. S. Yudhi, and F. F. Rahman, "AWARENESS AND KNOWLEDGE ASSESSMENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS AMONG UNIVERSITY STUDENTS," *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, vol. 20, no. 2, 2019, doi: 10.18196/jesp.20.2.5022.
- [14] F. A. Dwiyanto, H. Elmunsyah, and Y. Yoto, "Indonesian online learning system evaluation framework based on UTAUT 2.0," *Bulletin of Social Informatics Theory and Application*, vol. 4, no. 2, pp. 83–90, Sep. 2020, doi: 10.31763/businta.v4i2.287.

