

**INTENSI MINAT KAUM MILENIAL DALAM MENGADOPSI LAYANAN
PINJAMAN ONLINE (PEER TO PEER LENDING)**

Ni Luh Putu Puspita Dewi¹⁾, Anak Agung Ngurah Eddy Supriyadinata Gorda²⁾

¹⁾Program Studi Magister Manajemen, Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar

E-mail: puspitadewi05@gmail.com

²⁾ Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar

E-mail: eddysupriyadinata@undiknas.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi tentunya semakin pesat, salah satu bentuknya yaitu peer to peer lending yaitu pinjaman berbasis teknologi yang merupakan salah satu bagian dari financial technology. Dimana pengguna layanan peer to peer lending mengalami peningkatan setiap tahunnya namun fenomena yang terjadi diprovinsi Bali sebaliknya dimana mengalami penurunan. Tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat perilaku generasi milenial di Kota Denpasar dalam mengadopsi layanan pinjaman online. Metode penelitian yang digunakan yaitu multistage sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 115 dan menggunakan alat analisis Structural Equational Modeling (SEM). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua variabel yang secara signifikan memengaruhi minat penggunaan layanan pinjaman online yaitu tingkat suku bunga dan social influence, sedangkan variabel yang secara signifikan tidak memengaruhi minat penggunaan layanan pinjaman online yaitu perceived ease of use, perceived usefulness, dan government regulation.

Kata Kunci : *Peer to Peer Lending, Model Penerimaan Teknologi, Tingkat Suku Bunga, Regulasi Pemerintah, Social Influence.*

Abstract

The development of technology is certainly growing rapidly, one of the forms is peer to peer lending, namely technology-based loans which are one part of financial technology. Where users of peer to peer lending services have increased every year, but the phenomenon that occurred in the province of Bali is the opposite where it has decreased. The purpose of this study was to determine the factors that influence the behavioral interest of the millennial generation in Denpasar City in adopting online loan services. The research method used is multistage sampling, with a total sample of 115 and using the Structural Equational Modeling (SEM) analysis tool. The results of this study indicate that there are two variables that significantly affect interest in using online loan services, namely interest rates and social influence, while variables that do not significantly affect interest in using online loan services are perceived ease of use, perceived usefulness, and government regulation.

Keywords : *Peer to Peer Lending, Technology Acceptance Model, Interest Rate, Government Regulation, Social Influence.*

JEL Classification : *G40*

1. PENDAHULUAN

Pendahuluan Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat membantu aktivitas masyarakat, seperti dengan munculnya teknologi internet. Perkembangan teknologi internet di Indonesia sangat pesat hingga 2020 jumlah pengguna internet di Indonesia sejumlah 196,71 juta pengguna dari 266,91 juta penduduk di Indonesia (APJII, 2020).

Hal ini membuktikan bahwa penggunaan internet sangat digunakan untuk membantu aktivitas masyarakat dalam berbagai sektor, salah satunya yaitu sektor usaha bisnis yang dapat membantu perekonomian negara.

Banyak inovasi yang dijalankan oleh para pelaku usaha untuk bertahan dalam bisnisnya salah satunya dengan mengadopsi teknologi layanan keuangan

yaitu *financial technology* (Ichwan & Kasri, 2019). (Darmansyah et al., 2019) menjelaskan bahwa fintech hadir dalam menjawab permasalahan akses keuangan masyarakat di lembaga keuangan konvensional, dimana kehadiran fintech lebih efektif dan efisien dibandingkan lembaga keuangan konvensional. Kegiatan fintech sangat berkembang pesat di Indonesia, dimana data dari (Frandedya & Bosnia, 2018) menyatakan jenis fintech yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu penggunaan sistem *payment* dengan persentase pangsa pasar sekitar 39% dan kemudian layanan *lending* sekitar 24%.

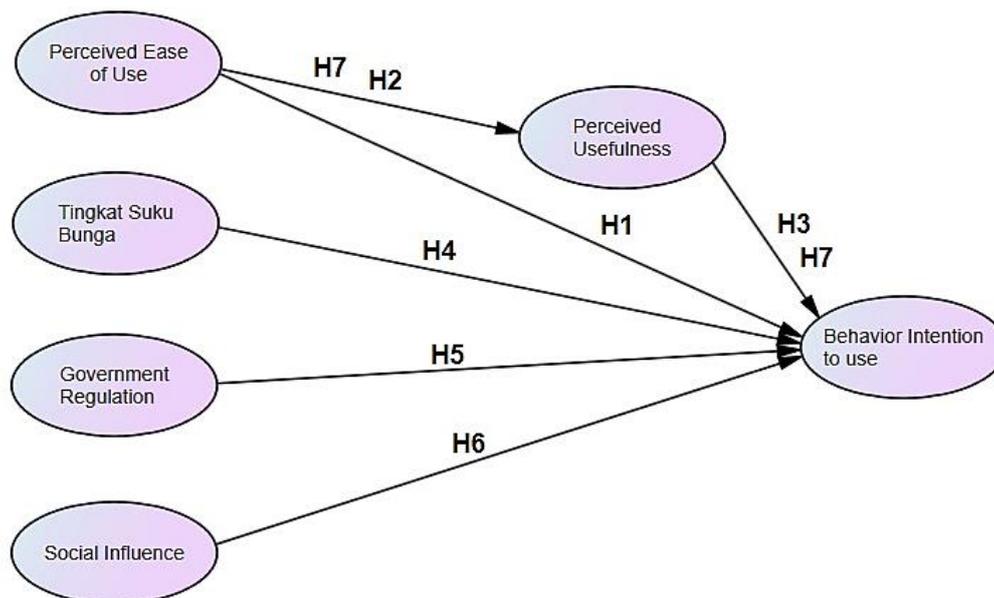
Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyampaikan, *Peer to peer lending* merupakan penyelenggaraan layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman (*lender*) dengan penerima pinjaman (*borrower*) dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet. Keunggulan dari *peer to peer lending* ini memberikan kemudahan bagi peminjam karena memberikan pinjaman tanpa agunan.

Dalam kondisi saat ini menunjukkan bahwa ditengah perkembangan jasa layanan *peer to peer lending* dengan meningkatnya jumlah penyaluran pinjaman di Indonesia dari tahun ke tahun untuk membantu masyarakat dalam memperoleh pembiayaan modal usaha, namun fenomena yang terjadi di Provinsi Bali menunjukkan bahwa Provinsi Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia dengan tingkat akumulasi penyaluran *peer to peer lending* yang rendah sebesar 66,39% (OJK, 2020), dibandingkan dengan tingkat akumulasi penyaluran pinjaman di provinsi lain di Indonesia dan jika dibandingkan dengan tingkat penyaluran kredit oleh lembaga bank dalam Kredit Usaha Rakyat (KUR) sebesar 73,52% (Media Digital, 2020). Melihat fenomena yang terjadi maka dari itu penulis ingin meneliti minat penggunaan layanan *peer to peer lending* oleh generasi milenial di Kota Denpasar.

Dalam penelitian ini pendekatan ilmiah yang digunakan yaitu model *Technology Acceptance Model* (TAM). Model TAM ini digunakan untuk menjelaskan penggunaan dan penerimaan individu terhadap penggunaan system teknologi informasi. (Febrianti et al., 2019) menjelaskan bahwa model

TAM ini dapat lebih spesifik digunakan dalam penentu utama dari keputusan individu menggunakan suatu teknologi dan menjelaskan mengapa banyak sistem teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakainya tidak memiliki minat untuk menggunakannya. Kerangka konseptual yang digunakan untuk mengukur minat individu dalam penelitian ini dibangun dengan dua faktor dari model TAM yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* karena merupakan faktor terpenting dari minat untuk mengadopsi teknologi informasi baru, kemudian ditambahkan dengan variable tingkat suku bunga, *government regulation* dan *social influence* (Gambar 1).

Variabel tingkat suku bunga ditambahkan karena dalam melakukan transaksi pinjaman berkaitan dengan tingkat suku bunga yang dibebankan kepada peminjam maka dari itu peneliti menggunakan variable tingkat suku bunga karena ingin mengetahui apakah tingkat suku bunga ini dapat mempengaruhi minat penggunaan layanan pinjaman online. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian (Swandayani & Kusumaningtias, 2012) dimana tingkat bagi hasil baik dalam pendanaan maupun pembiayaan, lembaga keuangan masih mengacu pada tingkat suku bunga umum sebagai *equivalent rate* atau masih menjadi *benchmark* dalam penentuan margin bagi hasil (*profit sharing*). Kemudian variabel *government regulation* dan *social influence* ditambahkan karena saat ini terdapat platform pinjaman yang bersifat illegal yang menipu konsumen serta melakukan penyebaran data pribadi konsumen, maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh peraturan pemerintah dan pengaruh social terhadap minat penggunaan layanan pinjaman online. Hal tersebut didukung oleh penelitian (Shahzad et al., 2018) (Al-Okaily et al., 2020) menyatakan pengaruh social dan pembentukan peraturan oleh pemerintah memainkan peran yang signifikan dalam menentukan penggunaan *financial technology* bagi masyarakat. Dengan demikian peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai factor-factor yang memengaruhi minat perilaku generasi milenial dalam menggunakan layanan pinjaman online serta dapat menjawab hal tersebut, maka dari itu penelitian ini disusun dengan beberapa hipotesis penelitian yaitu:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Perceived ease of use (PEOU) memiliki pengaruh terhadap nilai perilaku penggunaan pada mobile payment (Mun et al., 2017) serta memiliki pengaruh yang sama besarnya juga pada penggunaan e-wallet (Latupeirissa et al., 2020). (Putritama & Sari, 2020) pada penggunaan *e-money* terkait *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan *e-money*, menyatakan bahwa para generasi milenial beranggapan penggunaan *financial technology* dapat mudah mereka pahami dan mereka gunakan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diajukan hipotesis:

H1 = *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior intention to use*.

(Setiawan & Sulistiowati, 2018) menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*, penelitian ini juga didukung oleh penelitian (Sulaeman, 2021) yang menyatakan bahwa semakin mudah sistem teknologi digunakan, maka sistem tersebut akan dianggap semakin berguna. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diajukan hipotesis:

H2 = *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.

(Mohd Thas Thaker, 2018); (Sulaeman, 2021); menyatakan bahwa *perceived usefulness* (PU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use* pada layanan crowdfunding islami, penelitian ini juga senada dengan penelitian (Liébana-Cabanillas et al., 2018),(Sienatra, 2020) pada niat penggunaan layanan mobile payment. *Perceived usefulness* menjadi salah satu faktor dominan yang

membentuk minat perilaku untuk menggunakan teknologi, dimana perubahan tingkat persepsi kebermanfaatan akan mempengaruhi minat penggunaan suatu teknologi (Tony Sitinjak, 2019) dan (Anifa et al., 2020). Berdasarkan uraian tersebut, dapat diajukan hipotesis:

H3 = *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior intention to use*.

(Kartika Dewi, 2019) menyatakan bahwa persepsi masyarakat terhadap tinggi rendahnya tingkat suku bunga akan menentukan minat individu dalam mengambil pinjaman. Dalam penelitian (Irwansyah, 2018), dan (Sitanggang et al., 2021) menyatakan bahwa tingkat suku bunga tidak berpengaruh langsung terhadap minat nasabah, dimana hubungannya berbanding terbalik yaitu semakin rendah tingkat suku bunga yang ditawarkan maka semakin tinggi minat individu begitu pula sebaliknya. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diajukan hipotesis:

H4 = Tingkat suku bunga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use*.

Beberapa peraturan telah ditetapkan oleh pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selaku badan pengawas keuangan di Indonesia tentunya dalam mendukung perkembangan *financial technology* dan melindungi pengguna. (Soegesty et al., 2020) menyatakan bahwa regulasi pemerintah dibidang *financial technology* memiliki pengaruh yang signifikan dalam menentukan keputusan penggunaan layanan teknologi.(Shahzad et al., 2018) menyatakan bahwa

pembentukan suatu peraturan artinya pemerintah memainkan peran yang signifikan dalam menentukan penggunaan *financial technology* oleh masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diajukan hipotesis:

H5 = Government Regulation berpengaruh positif dan signifikan terhadap behavioral intention to use.

(Al-Okaily et al., 2020) dan (Alkhowaiter, 2020) menyatakan bahwa orang-orang yang lebih berpengaruh berpikir bahwa menggunakan sistem pembayaran dompet digital lebih bermanfaat. (Putra & Kurnia, 2020), (Soegesty et al., 2020) menyatakan *social influence* sangat berpengaruh terhadap *behavior intention to use*. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diajukan hipotesis:

H6 = Social influence berpengaruh positif dan signifikan terhadap behavioral intention to use.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Japarianto & Anggono, 2020); (Setiawan & Sulistiowati, 2018), menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan teknologi mendorong meningkatnya persepsi kegunaan yang berimplikasi pada niat penggunaan teknologi, yang artinya *perceived usefulness* memediasi hubungan antara variabel *perceived ease of use* dan *behavior intention to use*. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya maka dapat dirumuskan hipotesis berikut:

H7 = Perceived usefulness memediasi pengaruh perceived ease of use terhadap behavioral intention to use.

2. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini yaitu Generasi Milenial yang merupakan pelaku usaha kemudian

pernah menggunakan atau benar – benar mengetahui penggunaan layanan pinjaman online (*peer to peer lending*) dan berdomisili di Kota Denpasar. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *multistage sampling* dimana penentuan sampel dilakukan dengan beberapa tahapan sesuai kebutuhan, baik dengan menggunakan metode yang sama maupun berbeda (Widodo, 2019), karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti maka penggunaan sampel penelitian menggunakan metode (Hair et al., 2014) dimana dengan mengalikan 5 dengan jumlah indikator dalam penelitian ini sebanyak 23, maka berdasarkan perhitungan didapatkan jumlah sampel untuk penelitian ini sebanyak 115 responden (tabel 2).

Untuk menjawab pokok masalah penelitian ini terutama untuk mengetahui intensi kaum milenial dalam penggunaan layanan pinjaman online (*peer to peer lending*), maka penelitian ini menggunakan pendekatan survey dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara langsung oleh peneliti melalui digital kuesioner berbasis web (*google form*) kepada responden. Dengan demikian penelitian ini sepenuhnya menggunakan data kuantitatif yang berasal dari hasil jawaban pernyataan kuesioner. Skala pengukuran yang dalam kuesioner yang digunakan oleh peneliti adalah skala *likert* dengan skala 1-10, dimana penggunaan skala genap ini diharapkan agar hasil dari jawaban responden tidak mengumpul ditengah karena memilih jawaban ditengah.

Data dianalisis dengan menggunakan software AMOS 22 dengan teknik analisis *Structural Equation Model* (SEM) yang digunakan untuk mengkonfirmasi suatu kerangka model teoritis, karena memiliki dasar teori yang kuat dan jumlah sampel lebih dari 100.

Tabel 1.
Indikator Variabel Penelitian

Variabel Laten	Variabel Indikator
<i>Behavioral intention to use</i> (Utami, 2020; Venkatesh et al., 2012)	1. Niat untuk menggunakan dimasa mendatang; 2. Niat untuk selalu menggunakan suatu sistem dalam kehidupan sehari-hari; 3. Rencana untuk menggunakan sistem sesering mungkin.
<i>Perceived ease of use</i> (Japarianto & Anggono, 2020; Venkatesh et al., 2003)	1. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (<i>clear and understandable</i>); 2. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem (<i>does not require a lot of mental effort</i>); 3. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang diinginkan (<i>ease to get the system to do what he/she wants to do</i>).
<i>Perceived Usefulness</i>	1. Pengguna sistem mampu membuat pekerjaan lebih mudah (<i>makes job easier</i>);

(Japarianto & Anggono, 2020; Sun & Zhang, 2006)	<ol style="list-style-type: none"> 2. Pengguna sistem mampu meningkatkan kinerja individu (<i>improves job performance</i>); 3. Pengguna sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu (<i>increases productivity</i>); 4. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (<i>useful</i>).
Tingkat Suku Bunga (Aditya, 2013; Tobing & Herman, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat bunga; 2. Penetapan suku bunga; 3. Pembebanan bunga; 4. Perbandingan suku bunga; 5. Pemberian suku bunga.
<i>Government Regulation</i> , (Albayati et al., 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan pemerintah terhadap teknologi akan memberikan insentif untuk menggunakan teknologi; 2. Peraturan dan pemantauan pemerintah akan mengurangi risiko yang terkait dengan penggunaan teknologi; 3. Pemerintah harus mendukung dan bertanggung jawab untuk mengatur penggunaan teknologi; 4. Peraturan dan asuransi pemerintah harus ada untuk melindungi pengguna teknologi.
<i>Social Influence</i> (Tsu Wei et al., 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saran dan rekomendasi teman akan mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan teknologi; 2. Anggota keluarga/kerabat memiliki pengaruh terhadap keputusan individu menggunakan teknologi; 3. Media massa (TV, koran, artikel, radio) akan mempengaruhi individu untuk mempergunakan teknologi; 4. Individu akan menggunakan teknologi jika banyak digunakan oleh orang-orang di komunitas saya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisis Deskriptif

Berdasarkan karakteristik responden dalam penelitian ini dikategorikan meliputi: Jenis kelamin, Tahun Kelahirna, Pendidikan, Domisili, Lama Usaha Berdiri dan Bidang Usaha. Lebih jelas analisis deskriptif responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Deskriptif Responden Penelitian

Uraian	Deskriptif	Jumlah	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	37	32,2%
	Perempuan	78	67,8%
Tahun Kelahiran	1980-1985	17	14,8%
	1986-1990	7	6,1%
	1991-1995	12	10,4%
	1996-2000	79	68,7%
Uraian	Deskriptif	Jumlah	%
Pendidikan	SMA/SMK	17	14,8%
	Diploma	1	0,9%
	S1	91	79,1%
	S2	6	5,2%
Domisili	Denpasar Utara	20	17,4%

	Denpasar Barat	19	16,5%
	Denpasar Timur	46	40,0%
	Denpasar Selatan	30	26,1%
Lama Usaha Berdiri	<1 Tahun	49	42,6%
	1-5 Tahun	46	40,0%
	>5 Tahun	20	17,4%
Bidang Usaha	Kontruksi	1	0,9%
	Perdagangan	95	82,6%
	Jasa Keuangan	2	1,7%
	Jasa Perorangan	7	6,1%
	Jasa Umum	6	5,2%
	Jasa Wisata	4	3,5%

Sumber Data: Analisis SPSS

3.2. Uji Validitas dan Reabilitas

Bagian Dalam analisis ini dilakukan perbandingan koefisien korelasi (*corrected item-total correlation*) hasil pengolahan SPSS for Windows versi 22.0 dengan koefisien korelasi product moment tabel. Uji Validitas, digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu indikator penelitian (Ghozali, 2018). Pertanyaan indikator dinyatakan valid, apabila koefisien *corrected item-total correlation* hasil perhitungan lebih besar dari korelasi dalam tabel nilai kritis pada derajat bebas yang

bersesuaian ($r_{hitung} > r_{tabel} = 0,306$). Kemudian Uji Reliabilitas, dilakukan untuk mengkonfirmasi ketepatan dan kehandalan variable, suatu konstruk variable akan dikatakan reliabel jika memiliki nilai cornbach's > dari 0,60.

Menurut hasil pengujian Tabel 3 dapat dilihat semua indicator yang menjelaskan variable terbukti valid ($r_{hitung} > 0,306$) dan reliabel (cornbach's > dari 0,60).

Tabel 3.
Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Cornbach's	Keterangan	Item	R hitung	Keterangan
<i>Perceived ease of use</i>	0,931	Reliabel	X1.1	0,891	Valid
			X1.2	0,850	Valid
			X1.3	0,839	Valid
Tingkat Suku Bunga	0,926	Reliabel	X2.1	0,852	Valid
			X2.2	0,873	Valid
			X2.3	0,852	Valid
			X2.4	0,873	Valid
			X2.5	0,598	Valid
<i>Government Regulation</i>	0,848	Reliabel	X3.1	0,565	Valid
			X3.2	0,743	Valid
			X3.3	0,754	Valid
			X3.4	0,699	Valid
<i>Social Influence</i>	0,894	Reliabel	X4.1	0,841	Valid
			X4.2	0,766	Valid
			X4.3	0,641	Valid
			X4.4	0,830	Valid
<i>Perceived Usefulness</i>	0,952	Reliabel	Y1.1	0,898	Valid
			Y1.2	0,828	Valid
			Y1.3	0,900	Valid
			Y1.4	0,912	Valid
<i>Behavior intention to use</i>	0,853	Reliabel	Z1.1	0,767	Valid
			Z1.2	0,638	Valid
			Z1.3	0,722	Valid

Sumber: Analisis SPSS

3.3. Analisis SEM

Selanjutnya proses analisis menggunakan AMOS for Windows versi 24.0 untuk uji normalitas, CFA dan uji kelayakan model (*goodness of fit*).

a. Evaluasi Normalitas Data

Analisis normalitas data untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dan dikumpulkan berdistribusi normal. Untuk dianalisis kenormalan data digunakan nilai *skweness* dan nilai *kurtosis*. Uji *skweness* digunakan untuk melihat kemencengan/kecondongan penyebaran data. Dari hasil uji normalitas dalam penelitian ini tidak ada indicator pada masing-masing variable memiliki c.r untuk *skweness* (kemencengan) dan *kurtosis* (keruncingan) berada diatas $\pm 3,00$. Maka dapat dikatakan bahwa penyebaran data untuk semua

indicator adalah normal dengan demikian dilihat dari uji normalitas, semua indicator memenuhi syarat.

b. Analisis Faktor Konfirmatori (CFA)

Analisis factor konfirmatori digunakan dalam menguji *unidimensionalitas* pada dimensi-dimensi yang menjelaskan variable laten pada model, apakah seluruh indicator yang digunakan dalam penelitian membentuk variable minat penggunaan. Analisis factor konfirmatori ini juga dimaksudkan untuk menganalisis tingkat validitas data yang diperoleh dalam penelitian. Agar mengetahui apakah indicator yang digunakan memiliki makna yang cukup untuk dinyatakan signifikan dalam menjelaskan variable laten jika indicator tersebut memiliki koefisien lamda ($\lambda \geq 0,5$, nilai kritis (c.r.) $\geq 2,00$ dan nilai probabilitas $< 0,05$. Hasil dari

analisis factor konfirmatori terhadap seluruh indicator dalam setiap variable pada penelitian ini, menyatakan bahwa *standardized estimate regression weight* (λ) untuk semua indicator adalah lebih besar dari 0,50 dan C.R. lebih besar dari 2,00 serta nilai probabilitas seluruh indicator lebih kecil dari 0,05 (***). Maka dapat disimpulkan dilihat dari CFA, bahwa seluruh indicator tersebut dinyatakan valid sebagai indicator yang membentuk variable laten pada setiap variable.

Analisis data dengan SEM terdiri dari beberapa tahap untuk menguji model yang diusulkan secara keseluruhan, yaitu salah satunya melalui analisis *goodness of fit*. Suatu model dapat dikatakan fit apabila matriks kovarian sampel tidak berbeda dengan estimasi matriks kovarian populasi yang dihasilkan, selanjutnya ditahap evaluasi bisa dilihat tingkat kesesuaian antara data sampel terhadap model yang dirancang. Bollen (1989) menyatakan bahwa uji model fit digunakan untuk sebagai syarat dalam menguji hubungan antar indicator dan variabelnya.

c. Analisis Goodness of Fit

Tabel 4
Uji Goodness of Fit

Goodness of Fit	Cut of Value	Hasil Model	Keterangan
<i>Chi-Square</i> (X^2)	Diharapkan kecil	272.619	Tidak Fit
Relative <i>Chi-Square</i> (X^2/df)	$\leq 2,00$	1.336	Fit
Probability	$\geq 0,05$	0,001	Tidak Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,054	Fit
GFI	$\geq 0,09$	0,0841	Marginal Fit
AGFI	$\geq 0,09$	0,785	Tidak Fit
TLI	$\geq 0,95$	0,968	Fit
CFI	$\geq 0,95$	0,974	Fit
NFI	$\geq 0,90$	0,906	Fit

Sumber: Analisis Amos

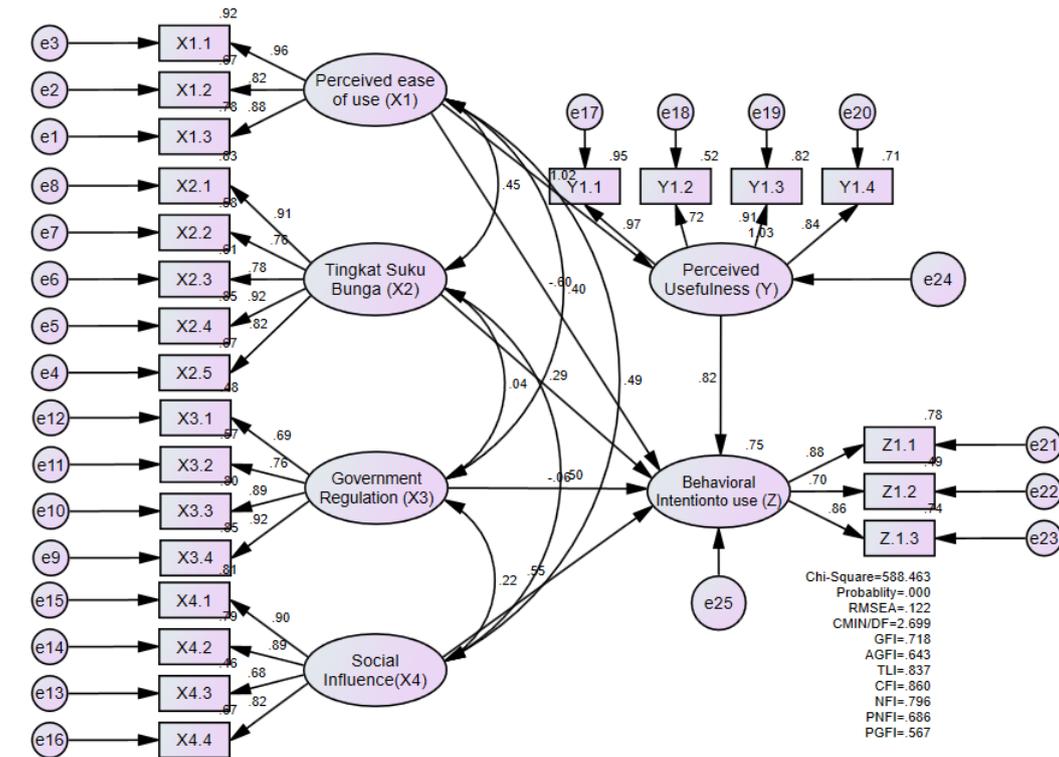
Dalam table 4 diatas ada enam model kriteria sudah terpenuhi dari Sembilan model kriteria, yaitu Relative *Chi-Square*, RMSEA, GFI, TLI, CFI dan IFI. Karena

sudah enam kriteria model yang dipenuhi, maka model diatas dapat dikatakan baik dan bisa melanjutkan tahap analisis selanjutnya (Solimun, 2017).

Tabel 5
Hasil Regression Weights

	<i>Unstandarized Estimate</i>	<i>Standarized Estimate</i>	S.E.	C.R.	P	Ket
Y ← X1	.988	.964	.061	15.742	***	Sig
Z ← X2	.312	.342	.084	4.068	***	Sig
Z ← X3	-.051	-.089	.119	-.747	.455	Tidak sig
Z ← X4	.507	.578	.111	5.213	***	Sig
Z ← X1	1.757	2.647	2.207	1.199	.230	Tidak sig
Z ← Y	-1.510	-2.332	2.282	-1.022	.307	Tidak sig

Sumber: Analisis Output Amos



Gambar 2. Model Persamaan Struktural
Sumber: Analisis AMOS

3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dan Tidak Mempengaruhi Minat Penggunaan Layanan Pinjaman Online.

- a) Minat penggunaan layanan pinjaman online dipengaruhi oleh 2 variabel dalam penelitian ini yaitu tingkat suku bunga dan social influence (Tabel 5).

Hasil analisis SEM pada Tabel 5 menyatakan bahwa tingkat suku bunga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* dengan taraf signifikansi 0,05. Jadi hipotesis 4 (H4) yang menyatakan tingkat suku bunga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* tidak diterima. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian (Kartika Dewi, 2019) yang menyatakan suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna untuk mengambil pinjaman. Artinya, semakin menarik tingkat suku bunga yang ditawarkan maka semakin mendorong minat individu dalam penggunaan layanan pinjaman online.

Hal ini saat ini lembaga layanan pinjaman online yang berstatus legal menawarkan tingkat suku bunga yang terjangkau, sesuai dengan plafon

pinjaman, menyampaikan besaran bunga dan memproses pinjamannya melalui website atau aplikasi sehingga pemberian bunga pada setiap nasabah dengan tingkat suku bunga yang sama, walaupun tingkat suku bunga layanan pinjaman online lebih tinggi dari KUR yang ditawarkan Bank, namun kemudahan yang ditawarkan layanan pinjaman online ditengah masa pandemic mendorong minat masyarakat untuk menggunakan layanan pinjaman online. Dengan demikian semakin menarik tingkat suku bunga yang ditawarkan akan mendorong minat penggunaan pinjaman online

Hasil analisis SEM pada Tabel 5 menyatakan bahwa *social influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* dengan taraf signifikansi 0,05. Jadi hipotesis 6 (H6) yang menyatakan *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* diterima. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil (Al-Okaily et al., 2020; Alkhowaiter, 2020; Putra & Kurnia, 2020; Soegesty et al., 2020) yang menyatakan *social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioural intention to use*. Artinya, pengaruh social dapat memberikan pengaruh langsung terhadap minat penggunaan layanan pinjaman online. Hal ini dapat

dipahami, karena kasus pinjaman online yang bersifat illegal ini memberikan dampak yang merugikan para peminjam, dimana menurut (Setyo Puji Santoso, 2021) banyak peminjam yang menjadi depresi akibat besarnya bunga yang harus dibayarkan per bulan karena tingkat suku bunga yang sangat fantastis dan tidak masuk akal, terror ancaman penagihan, hingga penyebaran data pribadi peminjam, maka hal ini yang membuat rekomendasi dari pihak saudara, kerabat, teman, rekan hingga media tidak menyarankan penggunaan layanan pinjaman online hingga menyebabkan rendahnya minat penggunaan pinjaman online. Oleh karena itu, semakin tidak direkomendasikan penggunaan pinjaman online oleh pengaruh social, maka semakin rendah minat penggunaan pinjaman online.

Hasil analisis SEM pada Tabel 5 menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* dengan taraf signifikansi 0,05. Jadi hipotesis 2 (H2) yang menyatakan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Sulaeman, 2021) ; dan (Setiawan & Sulistiowati, 2018) yang menyatakan persepsi kemudaha memiliki pengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan. Artinya, *perceived ease of use* memiliki pengaruh langsung terhadap *perceived usefulness*. Hal ini dapat dipahami, karena kemudahan dari penggunaan layanan pinjaman online tidak hanya sekedar saat menggunakan aplikasi atau website tetapi memberikan kemudahan dalam pengajuan dan persyaratan yang diperlukan dalam mengajukan pinjaman pada platform pinjaman online, maka hal ini dapat meningkatkan persepsi kegunaan layanan pinjaman online dalam membantu kondisi

b) Minat Penggunaan layanan pinjaman online tidak dipengaruhi secara langsung oleh 3 variabel yaitu *perceived ease of use*, *government regulation*, dan *perceived usefulness* (Tabel 5)

Hasil analisis SEM pada Tabel 5 menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *behavioural intention to use* dengan taraf signifikansi 0,05. Jadi hipotesis 1 (H1) yang menyatakan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* tidak diterima. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Madan & Yadav, 2016; Sagnier et al., 2020) yang

menyatakan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi. Artinya, *perceived ease of use* tidak secara langsung mempengaruhi *behavioural intention to use*. Hal ini dapat dipahami, karena generasi milenial pada dasarnya adalah generasi yang akrab dengan perkembangan dan keberadaan teknologi, sehingga banyak kaum milenial berhasil dalam memanfaatkan teknologi, melihat mereka mudah beradaptasi dengan teknologi baru, maka wajar jika persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan suatu teknologi.

Hasil analisis SEM pada Tabel 5 menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *behavioural intention to use* dengan taraf signifikansi 0,05. Jadi hipotesis 3 (H3) yang menyatakan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* tidak diterima. Artinya, persepsi kegunaan tidak secara langsung mempengaruhi minat penggunaan layanan pinjaman online. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Changchit et al., 2019) yang menyatakan *perceived usefulness* tidak penting bagi pengguna. Hal ini dapat dipahami, karena *perceived usefulness* diukur dengan indikator kemudahan, kinerja dan produktifitas. Para generasi milenial sudah akrab dengan penggunaan teknologi oleh karena itu tingkat kesulitan maupun kemudahan suatu aplikasi tidak memberikan pengaruh langsung pada penggunaan teknologi, kemudian dalam kinerja dan produktifitas usaha saat ini teknologi digital lainnya seperti e-commerce dan social media lebih digunakan oleh generasi milenial untuk tetap menjalankan dan meningkatkan kinerja dan produktifitas usaha mereka terutama ditengah masa pandemic dibandingkan meminjam dana, jika memang memerlukan pinjaman mereka lebih memilih untuk melakukan pinjaman ke lembaga keuangan konvensional karena di Kota Denpasar banyak terdapat lembaga keuangan konvensional seperti bank menawarkan jenis produk layanan pinjaman yang lebih aman dan dilayani secara langsung. Oleh karena itu, persepsi kegunaan layanan pinjaman online tidak memberikan pengaruh langsung pada minat penggunaan layanan pinjaman online.

Hasil analisis SEM pada Tabel 5 menyatakan bahwa *government regulation* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *behavioural intention to use* dengan taraf signifikansi 0,05. Jadi hipotesis 5 (H5) yang menyatakan *government regulation*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* tidak diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan artikel dari (VoA Indonesia, 2021) dan penelitian dari (Sutra Disemadi et al., 2021) yang menyatakan bahwa saat ini masyarakat masih sangat awam dan sangat minim pengetahuan keuangan, sehingga mereka belum mengetahui perbedaan fintech pinjaman online yang bersifat resmi dengan yang tidak resmi. Hal ini dapat dipahami, karena kemudahan proses mendapatkan dana secara sederhana dan cepat dalam situasi kebutuhan dana mendesak khususnya dimasa pandemi saat ini membuat masyarakat

mengambil keputusan untuk menggunakan layanan pinjaman online tanpa memerhatikan peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah terkait layanan pinjaman online. Banyak pengguna yang tidak memperhatikan status dari layanan pinjaman online tersebut apakah bersifat legal atau illegal kemudian sudah terdaftar atau tidak dalam list pinjaman online yang diawasi OJK karena kebutuhan dana mendesak yang menyebabkan mereka memutuskan untuk melakukan pinjaman online. Oleh karena itu, tinggi atau rendahnya peraturan pemerintah tidak akan mempengaruhi minat penggunaan layanan pinjaman online.

Tabel 6
Hasil Uji Sobel Test

Variabel	Std. Estimate	Unstd. Estimate	S.E	Sig
X1 → Y	.988	.96	.061	***
Y → Z	-1.510	-2.33	2.282	.307
X1 → Y → Z	-1.492			.308

Memasukkan:	Statistik uji:	Std. Kesalahan:	nilai-p :
A 0.96	Tes Sobel: -1.01889208	2.19532573	0.3082542
B -2.33	Tes Aroian: -1.01684995	2.19973459	0.30922482
s _a 0.061	Tes Goodman: -1.02094657	2.190908	0.30727975
s _b 2.282	Reset all	Menghitung	

Hasil analisis SEM pada Tabel 6 menyatakan bahwa *perceived usefulness* tidak memediasi dan tidak signifikan hubungan antara *perceived ease of use* terhadap *behavioural intention to use* dengan taraf signifikansi 0,05. Jadi hipotesis 7 (H7) yang menyatakan *Perceived usefulness* memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavior intention to use* tidak diterima. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Japariato & Anggono, 2020) dan (Setiawan & Sulistiowati, 2018). Hal ini dapat dipahami, karena pengguna lebih cenderung mendengarkan rekomendasi dari keluarga, saudara, kerabat, rekan, teman atau *social influence* untuk meningkatkan minat pengguna dalam menggunakan layanan pinjaman online. Oleh karena itu *perceived usefulness* tidak langsung memediasi hubungan pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use*.

Jadi dapat disimpulkan bahwa tinggi dan rendahnya minat generasi milenial dalam menggunakan layanan pinjaman online tidak dipengaruhi langsung oleh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* serta *government regulation*.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini yaitu, Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan layanan pinjaman online oleh generasi milenial di Kota Denpasar adalah tingkat suku bunga dan *social influence*.

Faktor yang tidak secara langsung mempengaruhi minat penggunaan layanan pinjaman online oleh generasi milenial di Kota Denpasar adalah *perceived ease of use*, *perceived usefulness* serta *government regulation*.

Selain itu, *perceived usefulness* tidak secara langsung memediasi hubungan antara *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use*. Dalam penelitian minat generasi milenial dalam mengadopsi layanan pinjaman online memiliki ruang lingkup penelitian yang masih sempit. Dimana penelitian ini masih meneliti minat generasi milenial dengan 4 variabel, sehingga kedepannya diharapkan penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan variable-variabel lain agar bisa lebih banyak menganalisis minat individu dalam menggunakan layanan pinjaman online.

REFERENSI

- Aditya, F. (2013). Suku bunga kredit, kualitas pelayanan inti, kualitas pelayanan perifer, kemampuan tenaga marketing, keputusan pengambilan kredit. In *Universitas Diponegoro Semarang*.
- Al-Okaily, M., Lutfi, A., Alsaad, A., Taamneh, A., & Alsyouf, A. (2020). The Determinants of Digital Payment Systems' Acceptance under Cultural Orientation Differences: The Case of Uncertainty Avoidance. *Technology in Society*, 63(March), 101367. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101367>
- Albayati, H., Kim, S. K., & Rho, J. J. (2020). Accepting financial transactions using blockchain technology and cryptocurrency: A customer perspective approach. *Technology in Society*, 62, 101320. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101320>
- Alkhowaiter, W. A. (2020). Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: A systematic literature review. *International Journal of Information Management*, 53, 102102. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102102>
- Anifa, F., Anisa, A., Fadhila, N., & Prawira, I. F. A. (2020). Tingkat Kemudahan dan Manfaat pada Penggunaan Layanan Go-Pay bagi Minat Pengguna di Indonesia. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 37–49.
- APJII. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020*. <https://apjii.or.id/survei>
- Changchit, C., Cutshall, R., Lonkani, R., Pholwan, K., & Pongwirithon, R. (2019). Determinants of Online Shopping Influencing Thai Consumer's Buying Choices. *Journal of Internet Commerce*, 18(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/15332861.2018.1496391>
- Darmansyah, Fianto, B. A., Hendratmi, A., & Aziz, P. F. (2019). Factors determining behavioral intentions to use Islamic financial technology: Three competing models. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 794–812. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0252>
- Febrianti, D., Hariadi, B., & Baridwan, Z. (2019). Technology Acceptance Model Sebagai Prediktor Penggunaan SIMDA. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1), 42–57. <https://doi.org/10.22219/jrak.v9i1.43>
- Franedy, R., & Bosnia, T. (2018). *Ini Dia Empat Jenis Fintech di Indonesia*. Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20180110145800-37-1126/ini-dia-empat-jenis-fintech-di-indonesia>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Menggunakan SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. Ec. (2014). *Multivariate Data Analysis (MVDA)*. In *Pearson Education Limited* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Ichwan, I., & Kasri, R. (2019). Why Are Youth Intent on Investing Through Peer To Peer Lending? Evidence From Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4), 741–762. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i4.1157>
- Irwansyah, M. R. (2018). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Koperasi Kredit Kubu Gunung Tegaljaya Di Desa Pancasari. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(1). <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v4i1.15562>
- Japarianto, E., & Anggono, Y. D. (2020). Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Intention To Buy Dengan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1).
- Kartika Dewi, L. P. (2019). Minat Pemilik Usaha Industri Kerajinan Bambu Dalam Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) Di Kabupaten Bangli. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 12(2), 20. <https://doi.org/10.24843/jekt.2019.v12.i02.p04>
- Latupeirissa, J. J. P., Gorda, A. O. S., & Subanda, I. N. (2020). Antecedents of Intention to Use E-Wallet: The Development of Acceptance Model with PLS-SEM Approach. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(7), 1416–1429.
- Liébana-Cabanillas, F., Marinkovic, V., Ramos de Luna, I., & Kalinic, Z. (2018). Predicting the

- determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 129, 117–130. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.015>
- Madan, K., & Yadav, R. (2016). Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3), 227–244. <https://doi.org/10.1108/JIBR-10-2015-0112>
- Media Digital. (2020, December 4). *OJK dan Pemprov Bali Dukung Penyaluran KUR Secara Daring*. Finansial Bisnis.Com. <https://finansial.bisnis.com/read/20201204/90/1326314/ojk-dan-pemprov-bali-dukung-penyaluran-kur-secara-daring>
- Mohd Thas Thaker, M. A. Bin. (2018). Factors influencing the adoption of the crowdfunding-waqf model (CWM) in the waqf land development. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 578–597. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2016-0043>
- Mun, Y. P., Khalid, H., & Nadarajah, D. (2017). Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia. *Procedia Computer Science*, 124, 397–404. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.170>
- OJK. (2020). Perkembangan Fintech Lending Desember 2020. In *Otorisasi Jasa Keuangan* (Issue September). <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/-Statistik-Fintech-Lending-Periode-Desember-2020.aspx>
- Putra, A. D. P., & Kurnia, P. R. (2020). Utaut Extension Model: Faktor-Faktor Pembentuk Behavioral Intention To Repurchase Dalam Aktivitas Belanja Online Pada Marketplace C2C. *Journal of Management and Business Review*, 16(2), 149–173. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v16i2.155>
- Putritama, A., & Sari, R. S. P. (2020). Factors Affecting Millennial Generation Interest of Using E-Money. *Jurnal Economia*, 16(2), 245–256. <https://doi.org/10.21831/economia.v16i2.29471>
- Sagnier, C., Loup-Escande, E., Lourdeaux, D., Thouvenin, I., & Valléry, G. (2020). User Acceptance of Virtual Reality: An Extended Technology Acceptance Model. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(11), 993–1007. <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1708612>
- Setiawan, A., & Sulistiowati, L. H. (2018). Penerapan Modifikasi Technology Acceptance Model (Tam) Dalam E-Business. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 171. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v10i2.2277>
- Setyo Puji Santoso. (2021, October 21). *Kasus Pinjol Ilegal di Sleman, Utang Rp 5 Juta, Bayar Bunganya Rp 80 Juta Sebulan*. Bisnis.Com. <https://kabar24.bisnis.com/read/20211021/16/1456931/kasus-pinjol-ilegal-di-sleman-utang-rp-5-juta-bayar-bunganya-rp-80-juta-sebulan>
- Shahzad, F., Xiu, G., Wang, J., & Shahbaz, M. (2018). An empirical investigation on the adoption of cryptocurrencies among the people of mainland China. *Technology in Society*, 55, 33–40. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.05.006>
- Sienatra, K. B. (2020). Dampak persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap fintech continuance intention pada generasi milenial di surabaya. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(1), 1–23.
- Sitanggang, R. E., Rotinsulu, T. O., Maramis, M. T. B., Terhadap, P. C.-, Kredit, P., Di, U., Maramis, M. T. B., Pembangunan, E., & Ekonomi, F. (2021). Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Nilai Tukar, Dan Adanya Pandemi Covid-19 Terhadap Permintaan Kredit UMKM Di Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA*, 9(3), 121–130. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34603>
- Soegesty, N. B., Fahmi, I., & Novianti, T. (2020). Kajian Faktor Yang Memengaruhi Adopsi Sistem Pijaman Peer To Peer Lending. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 19(1), 59–79. <https://doi.org/10.12695/jmt.2020.19.1.4>
- Solimun. (2017). *Analisis Variabel moderasi dan Mediasi*. Program Studi Statistika FMIPA Universitas Brawijaya. Malang.
- Sulaeman, S. (2021). Factors determining behavioral intentions to use Islamic crowdfunding platform in

- times of Covid-19 in Indonesia: Evidence from TAM approach. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(1), 31–44. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol7.iss1.art3>
- Sun, H., & Zhang, P. (2006). Causal Relationships between Perceived Enjoyment and Perceived Ease of Use: An Alternative Approach. *Journal of the Association for Information Systems*, 7(9), 618–645. <https://doi.org/10.17705/1jais.00100>
- Sutra Disemadi, H., Kata kunci, A., Komprehensif, K., & Konsumen, P. (2021). Urgensi Suatu Regulasi yang Komprehensif Tentang Fintech Berbasis Pinjaman Online Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen di Indonesia. *Komunikasi Hukum*, 7, 2. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/jkh>
- Swandayani, D. M., & Kusumaningtias, R. (2012). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Nilai Tukar Valas Dan Jumlah Uang Beredar Terhadap Profitabilitas Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Periode 2005-2009. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 3(2), 147. <https://doi.org/10.26740/jaj.v3n2.p147-166>
- Tobing, V. C. L., & Herman, H. (2020). Analisis Suku Bunga Kredit Dan Jaminan Kredit Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Pada Perusahaan Pembiayaan Di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 3(2), 139–150. http://ejournal.unira.ac.id/index.php/jurnal_aktiva/article/view/925
- Tony Sitinjak, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Tsu Wei, T., Marthandan, G., Yee-Loong Chong, A., Ooi, K., & Arumugam, S. (2009). What drives Malaysian m-commerce adoption? An empirical analysis. *Industrial Management & Data Systems*, 109(3), 370–388. <https://doi.org/10.1108/02635570910939399>
- Utami, N. T. (2020). *analysis of behavioral intentions and digital use behavior in undergraduate students of Semarang State University*.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Venkatesh_Thong_Xu_MISQ_forthcoming (GENDER AGE EXPERIENCE). *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- VoA Indonesia. (2021, July 11). *Literasi Keuangan, Upaya Melindungi Konsumen dari Dampak "Pinjol"*. SWA.Co.Id. <https://swa.co.id/swa/trends/literasi-keuangan-upaya-melindungi-konsumen-dari-dampak-pinjol>
- Widodo. (2019). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis (1st ed.)*. Depok: Rajawali Pers.