

**DETERMINANT FACTORS ANALYSIS OF CONTINUON INTENTION OF FINTECH (MOBILE BANKING)'S ADOPTION AS A TOOL TO SUPPORT PHYSICAL DISTANCING PROGRAM IN COVID-19 PANDEMIC IN PADANG CITY WITH UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) APPROACH AND TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)**

**Laela Susdiani<sup>1</sup>, Dian Rani Yolanda<sup>2</sup>**

<sup>1&2</sup>Universitas Andalas

Email: [laelasusdiani2005@gmail.com](mailto:laelasusdiani2005@gmail.com)

**ABSTRACT**

*The pandemic of Covid 19 has increased significantly since March 2020 in Padang City. One of efficient way to stop the spread of Covid 19 is physical distancing. The use of fintech specially mobile banking is one example of financial service that can support the physical distancing program. The purpose of this study is to report the effect of some factors based on UTAUT and TAM to continuon intention of fintech (mobile banking's) used during the pandemic Covid 19 in Padang City for March 2020 to April 2020 period. The factors are perceived usefulness, perceived ease to used, facilitating condition, social influence, self efficacy and security. The study sample are 135 individu of community in Padang City. The data had been analyzed by multiple regression method. The result of this research reveals that perceived usefulness and perceived ease to used have influenced the continuon intention of fintech (mobile banking) used with positive and significant, however others factors such as facilitating condition, social influence, self efficacy and security do not influence the continuon intention of fintech (mobile banking) used.*

**Keywords:** UTAUT; TAM; *Perceived Benefits; Perceived Ease of Use; Fintech; Facilitating Condition; Social Influence; Self Efficacy; Security; Pandemic Covid 19; Physical Distancing*

**ANALISIS FAKTOR DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN KEMBALI FINTECH SEBAGAI SARANA PENDUKUNG PROGRAM *PHYSICAL DISTANCING* PADA MASA PANDEMI COVID -19 DI KOTA PADANG DENGAN PENDEKATAN *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)* DAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)***

**ABSTRAK**

Pandemi Covid 19 mengalami peningkatan yang signifikan dimulai pada bulan Maret 2020 di Kota Padang. Salah satu cara untuk menghentikan penyebaran Covid 19 adalah dengan melakukan Physical Distancing. Penggunaan fintech khususnya mobile banking adalah salah satu contoh fasilitas jasa keuangan yang dapat mendukung program physical distancing tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh beberapa faktor dengan pendekatan UTAUT dan TAM terhadap minat penggunaan kembali fintech (mobile banking) pada masa pandemi Covid 19 untuk periode Maret 2020 sampai April 2020. Faktor- faktor yang diteliti adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan menggunakan fintech (mobile banking), facilitating condition, social influence, self efficacy dan security. Penelitian ini menggunakan 135 sampel yang merupakan individu masyarakat kota Padang. Analisis data menggunakan metode multiple regression. Hasil penelitian menunjukkan hanya persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang mempengaruhi secara positif dan signifikan minat penggunaan kembali fintech (mobile banking), sementara faktor lain tidak memiliki pengaruh.

**Kata Kunci:** UTAUT; TAM; *Persepsi Manfaat; Persepsi Kemudahan; Fintech; Facilitating Condition; Social Influence; Self Efficacy; Security; Pandemi Covid 19; Physical Distancing*

Analisis Faktor Determinan Minat Penggunaan Kembali Fintech sebagai Sarana Pendukung Program *Physical Distancing* pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Padang dengan Pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* dan *Technology Acceptance Model (TAM)* (Laela Susdiani dan Dian Rani Yolanda)

<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>

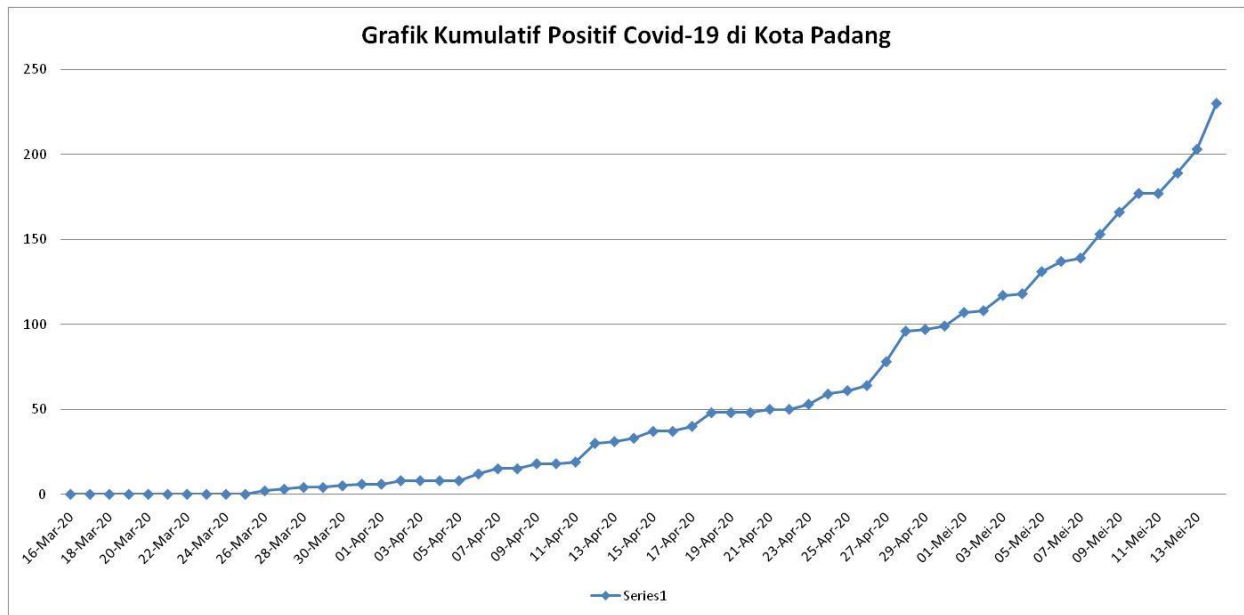
## PENDAHULUAN

Wabah Covid-19 yang menyerang hampir seluruh wilayah dunia sejak November 2019 telah mengubah banyak aspek kehidupan bagi masyarakat dunia. Dampak Covid-19 telah menyebabkan perubahan pola perilaku pada berbagai bidang dan tatanan kehidupan masyarakat diantaranya adalah bidang ekonomi, bidang pertahanan dan keamanan, bidang transportasi, bidang kesehatan, bidang kerohanian, bidang pendidikan dan kebudayaan dan juga bidang pelayanan jasa. Perubahan tersebut dikarenakan adanya tuntutan terhadap perilaku yang akan dapat menghambat penyebaran Covid-19 tersebut. Tuntutan perilaku tersebut adalah *Physical Distancing* yang menyebabkan penggunaan layanan berbasis online semakin berkembang dengan pesat.

Dalam bidang jasa keuangan, FinTech merupakan alat atau sarana yang tepat untuk mendukung terwujudnya pelaksanaan *Physical Distancing*. Financial Technology atau Teknologi Keuangan merupakan sebuah inovasi yang berhasil mentransformasikan suatu sistem atau pasar yang eksisting, dengan mempraktikkan kepraktisan, kemudahan akses, kenyamanan, dan biaya yang ekonomis dikenal sebagai Inovasi Disruptif (*Disruptive Innovation*) dengan menciptakan sebuah teknologi dalam bidang keuangan. Fintech telah memberikan kemudahan dan kecepatan dalam membuka akses keuangan dengan tidak membatasi waktu, tempat dan perangkat yang tentunya ini akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Beberapa alat atau sarana yang termasuk financial technology yang umum digunakan oleh individu masyarakat adalah Sistem Pembayaran mencakup otorisasi, kliring, penyelesaian akhir dan pelaksanaan pembayaran. Penyelenggaraan *financial technology* pada kategori sistem pembayaran antara lain, seperti *blockchain* atau *distributedledger* untuk transfer dana, uang elektronik, dan *mobile payment*. Berikutnya financial technology yang berhubungan dengan manajemen investasi dan manajemen resiko yaitu memberikan penyediaan produk investasi online dan asuransi online. Selanjutnya fintech dalam bidang pinjaman (*lending*), pembiayaan (*finding*) dan penyediaan modal (*capital raising*). Kategori tersebut antara lain layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi (*peer-to-peer lending*) serta pembiayaan atau penggalangan dana berbasis teknologi informasi (*crowd-finding*). Dan terakhir, fintech juga dapat berupa jasa *Financial* lainnya berupa sistem pembayaran, manajemen investasi dan manajemen resiko, pinjaman, pembiayaan dan penyediaan modal.

Berdasarkan hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), Dirjen Ramli menyatakan bahwa transformasi digital telah terjadi di Indonesia selama pandemi Covid-19. Hal ini menyebabkan penggunaan internet meningkat karena hampir semua kegiatan berbasis online seperti work from home, sekolah daring, online shop dan juga penggunaan layanan keuangan online (Fintech / M-banking). Survei yang dilakukan APJII menunjukkan peningkatan penggunaan internet sebesar 64,8 % dari tahun 2018 hingga tahun 2020 ([www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id), 2010). Selanjutnya perkembangan positif fintech di masa pandemi terlihat dari data AppAnnie yang mencatat pengguna aktif bulanan fintech di Indonesia meningkat 44% pada kuartal III 2020. Menjadi yang ketiga tertinggi di Asia Tenggara. Peringkat pertama dan kedua ditempati Vietnam (73%) dan Filipina (53%). Peningkatan penggunaan Fintech tersebut meliputi beberapa jenis Fintech sebagai contoh fintech lending dan e-money (Pusparisa, 2020). Dan penggunaan *Fintech* ini diduga mengalami peningkatan selama pandemi Covid 19 berlangsung dikarenakan ciri penggunaan *Fintech* adalah minim interaksi fisik dari individu sehingga hal ini sangat mendukung program *Physical Distancing* untuk mencegah penyebaran Covid 19 lebih luas lagi.(Pusparisa, 2020).

Penulis menjadikan kota Padang sebagai objek penelitian adalah disebabkan kota Padang merupakan pusat penyebaran wabah Covid 19 di wilayah Sumatera Barat. Kota Padang menjadi pusat penyebaran wabah Covid 19 disebabkan beberapa alasan diantaranya adalah pertama, banyaknya orang dari luar daerah seperti Jakarta dan Malaysia yang datang ke kota Padang. Kedua terjadinya transmisi lokal dari warga yang terinfeksi Covid-19 ke warga Kota Padang yang lainnya. Berikutnya diduga karena banyak warga Padang yang merantau ke luar daerah pulang kembali ke Padang di bulan ramadhan yaitu April 2020 dan kemungkinan akan meningkat saat lebaran yaitu di bulan Mei 2020. Berikut data perkembangan peningkatan jumlah individu masyarakat yang terserang Covid-19 di Kota Padang Selama kurun waktu Maret 2020 hingga April 2020 (Dinas Kesehatan Kota Padang, 2020)

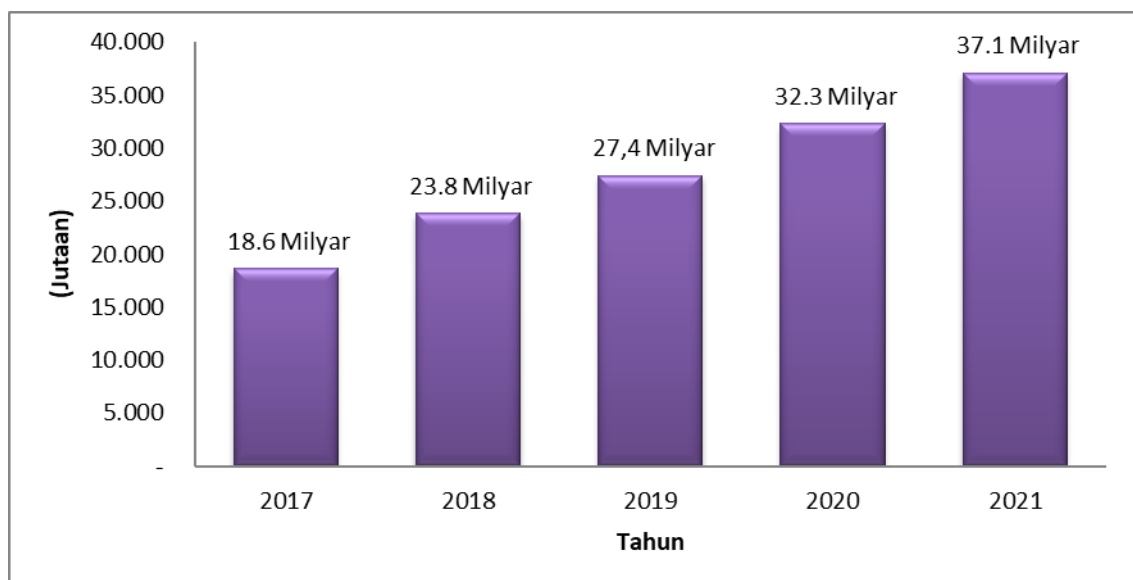


Sumber: Dinkes Kota Padang

**Gambar 1. Perkembangan Jumlah Individu Masyarakat Yang Terserang Covid-19 di Kota Padang selama Periode Maret 2020 sampai April 2020**

Dengan melihat peningkatan data yang sangat signifikan dan merupakan wilayah yang mendominasi penyebaran Covid-19 di Kota Padang tentunya individu masyarakat Kota Padang diharapkan menjadi individu yang paling sadar dalam menjalankan program-program yang akan menghambat penyebaran Covid-19 ini.

Penggunaan *Fintech* (M-Banking) yang merupakan alat atau sarana pendukung pelaksanaan *Physical Distancing* tentunya sangat diharapkan meningkat selama masa pandemi Covid-19 ini. Dari hasil survei yang dilakukan analisis keuangan data pertumbuhan transaksi *Fintech* di Indonesia dari tahun 2015 hingga tahun 2021 diprediksi akan terus mengalami peningkatan. Grafik dibawah ini akan menunjukkan angka peningkatan tersebut :



Sumber: (Statista, 2021)

**Gambar 2. Data Pertumbuhan Transaksi Fintech di Indonesia 2015 - 2021**

Kesadaran masyarakat akan besarnya manfaat penggunaan *fintech* dalam hubungannya dengan pelaksanaan program *physical distancing* sangat diharapkan sehingga *fintech* juga dapat berperan aktif dalam menghambat penyebaran Covid-19. Dari studi atau penelitian terdahulu sangat banyak sekali faktor-faktor yang mendorong minat individu dalam menggunakan *fintech*. Diantara faktor-faktor tersebut adalah persepsi manfaat *fintech*, persepsi kemudahan penggunaan *fintech*, risiko penggunaan *fintech*, pengetahuan produk, kemauan penggunaan, teknologi finansial, *social influence* dan masih banyak faktor-faktor yang lainnya.

Analisis Faktor Determinan Minat Penggunaan Kembali *Fintech* sebagai Sarana Pendukung Program *Physical Distancing* pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Padang dengan Pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Laela Susdiani dan Dian Rani Yolanda)

Dalam penelitiannya (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017) menjelaskan terdapat beberapa teori yang digunakan penelitian-penelitian terdahulu yang menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan teknologi baru diantaranya adalah diantaranya Innovation Diffusion Theory, Social Cognitive Theory (SCT), Theory of Reasoned Action (TRA), Theory of Planned Behavior (TPB), Technology Acceptance Model (TAM) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Secara umum penelitian-penelitian tersebut memiliki objek penelitian yang berbeda namun dalam situasi yang sama yaitu pada situasi masyarakat yang aman dan normal. Berdasarkan hal tersebut penulis ingin menguji beberapa teori tersebut yaitu TAM dan UTAUT pada situasi masyarakat yang tidak normal dalam hal ini adalah pada situasi pandemi Covid-19. Dimana nantinya penulis ingin mengetahui apakah dalam situasi tidak normal (pandemi Covid-19) teori TAM dan UTAUT terbukti atau tidak.

Dalam penelitian ini penulis bermaksud untuk mengetahui tingkat minat penggunaan fintech selama masa pandemi covid 19 di kota Padang Sumatera Barat dan menganalisa faktor –faktor apa saja yang dipertimbangkan oleh individu masyarakat dalam minat menggunakan fintech (mobile banking) selama wabah covid 19 ini. Penulis menentukan faktor-faktor tersebut dengan menggunakan UTAUT dan TAM. Adapun faktor yang dipilih dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan menggunakan fintech, *facilitating condition*, *social influence*, *self efficacy* dan *security*.

Beberapa penelitian terdahulu yang mendukung pilihan variabel independent dalam penelitian ini adalah pertama penelitian yang dilakukan oleh (Suwanno and Jarernvongrayab, 2016) yang menemukan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan menggunakan fintech berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Fintech. Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian yang lain yaitu (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017); (Chuang, Liu and Kao, 2015); (Gu, Lee and Suh, 2009) dan (Fred and Davis, 1989). Selanjutnya pilihan variabel *facilitating condition* didukung oleh penelitian sebelumnya oleh (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017); (R.N. Indriyati, 2019); dan (Talwar *et al.*, 2020).

Selanjutnya untuk tiga variabel berikutnya juga didukung oleh penelitian terdahulu diantaranya untuk variabel *social influence*, dimana hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *social influence* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan fintech (mobile banking) (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017); (Mehrad and Mohammadi, 2016); dan (Rahma, 2018). Sementara itu beberapa penelitian juga menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *self efficacy* dengan minat penggunaan kembali fintech (mobile banking), penelitian tersebut dilakukan oleh (Venkatesh *et al.*, 2003), (Suoranta and Mattila, 2004), dan (Glushchenko, Hodasevich and Kaufman, 2019). Berikutnya adalah untuk variabel *security*, sistem keamanan pada sebuah aplikasi teknologi menjadi salah satu alasan bagi seorang individu untuk menggunakan fintech (mobile banking), pernyataan ini merupakan hasil penelitian dari (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017) dan (Nabila *et al.*, 2018).

Berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin mengetahui dalam kondisi wabah Covid 19, bagaimana pengaruh faktor-faktor berdasarkan unified theory of acceptance and use technology serta Theory Acceptance Model terhadap minat penggunaan kembali masyarakat kota Padang terhadap fintech dengan jenis M-Banking. Pada penelitian sebelumnya menguji variabel tersebut dalam kondisi normal (tidak ada bencana dan wabah). Sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu penyedia jasa fintech khususnya M-Banking dalam menyusun strategi produknya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Sejarah Teori-Teori Penerimaan terhadap Penggunaan Teknologi Baru

Terdapat banyak model atau pendekatan yang digunakan dalam menjelaskan penerimaan teknologi yang telah dikembangkan dalam ilmu psikologi dan sociology. Beberapa pendekatan tersebut diantaranya Innovation Diffusion Theory, Social Cognitive Theory (SCT), Theory of Reasoned Action (TRA), Theory of Planned Behavior (TPB), Technology Acceptance Model (TAM) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017)

Diantara semua teori diatas TAM adalah yang paling banyak digunakan. Hal tersebut karena 3 alasan yaitu pertama TAM didesain secara kaurat menjelaskan sistem informasi atau penggunaan teknologi informasi untuk berbagai jenis organisasi, budaya, konteks teknologi, dan tingkat keahlian yang berbeda. Kedua TAM memiliki dasar teori yang kuat dan memiliki ukuran skala dengan tingkat validitas yang tinggi. Ketiga TAM telah menjadi subjek dari banyak studi empiris ((Weng *et al.*, 2018).

Selanjutnya model terbaru yang biasa digunakan dalam penelitian penelitian terkini adalah UTAUT yang diperkenalkan oleh (Venkatesh *et al.*, 2003). Model ini mengintegrasikan 8 model penerimaan penggunaan IT yaitu TRA, TPB, TAM, IDT, SCT Motivational model (MM), Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB) dan model penggunaan komputer pribadi (MPCU).

UTAUT berfokus pada 7 faktor yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence, self efficacy, security, *facilitating condition*, computer self efficacy, anxiety, dan perilaku yang mengarah pada penggunaan teknologi (Venkatesh *et al.*, 2003).

### **Persepsi Manfaat Penggunaan Fintech**

Persepsi Kemudahan penggunaan fintech dapat didefinisikan sebagai bahwa seorang pengguna teknologi percaya atau yakin bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja (Fred and Davis, 1989). Dapat dipahami juga bahwa persepsi manfaat sebagai sebuah kegunaan. Dalam dunia teknologi dapat diartikan seseorang yang menggunakan teknologi tertentu akan mendapatkan hasil yang mereka inginkan.

Menurut (Suwanno and Jarernvongrayab, 2016) persepsi manfaat dapat dikategorikan menjadi lima kategori yaitu: (1) Bermanfaat. (2) Meningkatkan efektifitas. (3) Membuat pekerjaan menjadi lebih mudah. (4) Meningkatkan produktifitas. (5) Meningkatkan kinerja pekerjaan.

### **Facilitating Condition**

*Facilitating Condition* atau kondisi fasilitas adalah merupakan dukungan infrastruktur dalam penggunaan teknologi (Venkatesh, Thong and Xu, 2012). Kondisi fasilitas akan membantu bertahannya kemampuan dari teknologi dalam memberikan pelayanan. Dimana fasilitas pendukung memiliki tujuan untuk menjamin bahwa aplikasi dapat digunakan secara tepat, aplikasi selalu updated, dan juga mudah dalam hal pendaftaran aplikasi tersebut.

Semakin baik kondisi dari fasilitas pendukung maka akan semakin baik juga kinerja dari teknologi tersebut dan pada akhirnya akan meningkatkan jumlah pengguna dari aplikasi.

### **Social Influence**

*Social influence* atau pengaruh sosial dapat diartikan sebagai tingkatan dimana seorang individu meyakini bahwa dalam menggunakan sistem yang baru perlu pendapat dari orang lain diluar dirinya.

Orang lain yang dipertimbangkan oleh seseorang dalam mengambil sebuah keputusan biasanya adalah orang terdekat dari dirinya seperti, teman, orangtua, pemimpin dalam pekerjaan dan saudara.

Indikator yang digunakan dalam variabel social influence dapat berupa bujukan dari teman, nasehat dari petugas Bank, atau pengaruh dari iklan perusahaan yang meluncurkan teknologi yang baru.

### **Self Efficacy**

*Self efficacy* dapat diartikan sebagai ukuran dari kemampuan dalam menggunakan teknologi untuk menyelesaikan sebuah tugas (Venkatesh *et al.*, 2003). Sementara itu, *self efficacy* juga dapat didefinisikan sebagai ukuran dari penilaian seorang individu terhadap kemampuan dirinya dalam menggunakan aplikasi dari sebuah teknologi (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017).

Indikator dari variabel *self efficacy* dapat berupa keyakinan terhadap kemampuan diri dalam menggunakan teknologi, ditunjukkan dengan: (1) Menggunakan teknologi tanpa bantuan. (2) Menggunakan teknologi dengan menggunakan buku manual. (3) Menggunakan teknologi dengan meminta bantuan jika hanya dibutuhkan. (4) Mampu menggunakan teknologi jika ada seseorang memperagakan cara menggunakannya. (5) Mampu menggunakan teknologi jika pernah menggunakan teknologi yang mirip dengan teknologi tersebut.

### **Security**

Keamanan dalam konteks penelitian ini adalah berhubungan dengan sistem keamanan dari bank yang disediakan melalui aplikasi-aplikasi mobile banking. Sejumlah studi memperlihatkan bahwa sistem keamanan mendukung penerimaan teknologi baru oleh konsumen (Glushchenko, Hodasevich and Kaufman, 2019). Aplikasi dari teknologi baru seharusnya aman dan dapat diandalkan dan juga keamanan dari aplikasi seharusnya mampu memperluas *mobile channel* dan *mobile network application*.

Indikator yang dapat digunakan sebagai baik atau tidaknya sistem keamanan yang ditawarkan oleh teknologi baru adalah: (1) Adanya konfirmasi melalui SMS setiap waktu. (2) Adanya konfirmasi setiap menyelesaikan sebuah aplikasi. (3) Dibutuhkannya password setiap menggunakan pelayanan *mobile banking*. (4) Dibutuhkan password sekali pakai yang dikirim melalui sms untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

### **Minat Penggunaan Kembali Fintech (Behavioral Intention to Use)**

Menurut (Venkatesh *et al.*, 2000) *continuation behavioral intention to use* dapat didefinisikan sebagai kecenderungan sebuah perilaku untuk tetap dapat menggunakan suatu teknologi. Indikator yang dapat dilihat dari tingginya minat menggunakan suatu teknologi adalah individu tersebut memiliki motivasi untuk tetap menggunakan teknologi dan memiliki keinginan untuk memotivasi orang lain menggunakan teknologi tersebut.

Tinggi rendahnya minat dalam menggunakan sebuah teknologi dipengaruhi oleh beberapa perilaku seperti adanya efek langsung dan tidak langsung dari manfaat yang dirasakan, persepsi kemudahan menggunakan teknologi yang dirasakan oleh pengguna (Z. Hu, S. Ding, S. Li, L. Chen, 2019)

Indikator yang dapat digunakan sebagai ukuran dari derajat kecenderungan minat penggunaan teknologi adalah sebagai berikut (Boonsiritomachai dan Pitchayadejanant, 2017): (1) Pengguna masih dalam tahapan berniat untuk menggunakan teknologi tertentu. (2) Pengguna sudah mulai berpikir untuk menggunakan teknologi tertentu. (3). Pengguna setelah berfikir sudah mulai merencanakan menggunakan aplikasi tersebut.

Analisis Faktor Determinan Minat Penggunaan Kembali Fintech sebagai Sarana Pendukung Program *Physical Distancing* pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Padang dengan Pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Laela Susdiani dan Dian Rani Yolanda)

### Hipotesa Penelitian

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu dan konsep-konsep teori yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini, peneliti telah merumuskan 6 hipotesa penelitian seperti yang akan di jelaskan pada uraian berikut.

#### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Teknologi terhadap Minat Penggunaan Kembali Fintech (Mobile Banking)**

Persepsi kemudahan untuk berinteraksi, untuk digunakan dan untuk di pelajari dapat menjadi ukuran suatu sistem teknologi informasi diterima atau tidak oleh sekelompok masyarakat. Karena setiap individu tentunya akan memiliki penilaian yang berbeda terhadap kemudahan layanan teknologi informasi yang digunakan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan teknologi terhadap minat penggunaan teknologi. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Suwanno and Jarernvongrayab, 2016) yang menunjukkan persepsi kemudahan dalam penggunaan teknologi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan aplikasi platform perdagangan elektronik di kalangan mahasiswa. Sementara itu (Luarn and Lin, 2005) memperlihatkan hasil yang sama dimana *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan mobile banking. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh (Amalia, 2018) dan juga penelitian (Riskianto, Kelana and Hilmawan, 2017) membuktikan *perceived ease to use* berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking.

Selanjutnya penelitian yang lain yang menunjukkan adanya hubungan persepsi kemudahan penggunaan teknologi terhadap minat penggunaan kembali fintech (mobile banking) adalah (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017) ; (Yuniarti, 2019) ; (Z. Hu, S. Ding, S. Li, L. Chen, 2019) dan (Fred and Davis, 1989).

Dari uraian teori dan beberapa hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesa pertama dari penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub> : Persepsi kemudahan penggunaan teknologi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan kembali fintech (mobile banking) masyarakat di Kota Padang.

#### **Pengaruh Persepsi Manfaat Penggunaan Teknologi terhadap Penggunaan Fintech (Mobile Banking)**

Persepsi manfaat dapat dijadikan indikator dalam mengukur minat berperilaku dalam menggunakan sistem informasi. Persepsi manfaat tersebut dapat dilihat berhasilnya sebuah teknologi dalam memberikan banyak kegunaan bagi penggunanya seperti peningkatan efisiensi, peningkatan produktifitas, peningkatan kinerja dan kegunaan dalam menjawab kebutuhan informasi (Nabila *et al.*, 2018) dan (Venkatesh *et al.*, 2000).

Beberapa penelitian terdahulu telah menunjukkan hubungan pengaruh positif signifikan antara persepsi manfaat dengan minat penggunaan fintech (*mobile banking*). Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Weng *et al.*, 2018) menunjukkan pengaruh yang positif antara persepsi manfaat terhadap minat penggunaan mobile banking. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian (Z. Hu, S. Ding, S. Li, L. Chen, 2019) dan juga penelitian (Nabila *et al.*, 2018) dengan objek pengguna aplikasi platform perdagangan elektronik. Berikutnya penelitian (Shankar, 2018) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara persepsi manfaat dan minat penggunaan *mobile banking*.

Dari uraian teori dan beberapa hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesa pertama dari penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub> : Persepsi manfaat penggunaan teknologi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan fintech (*mobile banking*) masyarakat di Kota Padang.

#### **Pengaruh Facilitating Condition terhadap Penggunaan Fintech (Mobile Banking)**

*Facilitating Condition* merupakan sarana pendukung yang dapat menjamin atau memperlancar penggunaan dari suatu sistem atau teknologi tertentu (Venkatesh, Thong and Xu, 2012). Namun beberapa penelitian menunjukkan hasil yang bervariasi. *Facilitating condition* menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap penggunaan teknologi di buktikan oleh penelitian yang dilakukan (Talwar *et al.*, 2020). Namun demikian dalam penelitian ini diduga *facilitating condition* diperkirakan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan kembali *mobile banking*.

Dari uraian teori dan beberapa hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesa pertama dari penelitian ini adalah:

H<sub>3</sub> : *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*) masyarakat di Kota Padang.

#### **Pengaruh Social Influence terhadap Penggunaan Fintech (Mobile Banking)**

*Social influence* merupakan tingkatan dimana seorang individu akan menggunakan sebuah sistem atau teknologi baru jika pihak lain diluar dari dirinya menganggap teknologi yang baru tersebut penting dan bermanfaat. (Venkatesh, et al., 2003).

(Gu, Lee and Suh, 2009) menemukan bahwa *social influence* tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap pengguna aplikasi *mobile*. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh (Suoranta and Mattila, 2004) memperlihatkan hal yang sama bahwa *social influence* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

Namun demikian dalam penelitian ini diduga *social influence* akan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam penggunaan *mobile banking*. Hal ini dikarenakan penelitian ini dilakukan pada saat penerapan lockdown sebagai upaya membatasi *physical distancing* untuk menghambat penyebaran wabah covid 19 di Kota Padang.

Dari uraian teori dan beberapa hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesa keempat dari penelitian ini adalah:

H<sub>4</sub> : *Social Influence* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan kembali kembali fintech (*mobile banking*) masyarakat di Kota Padang.

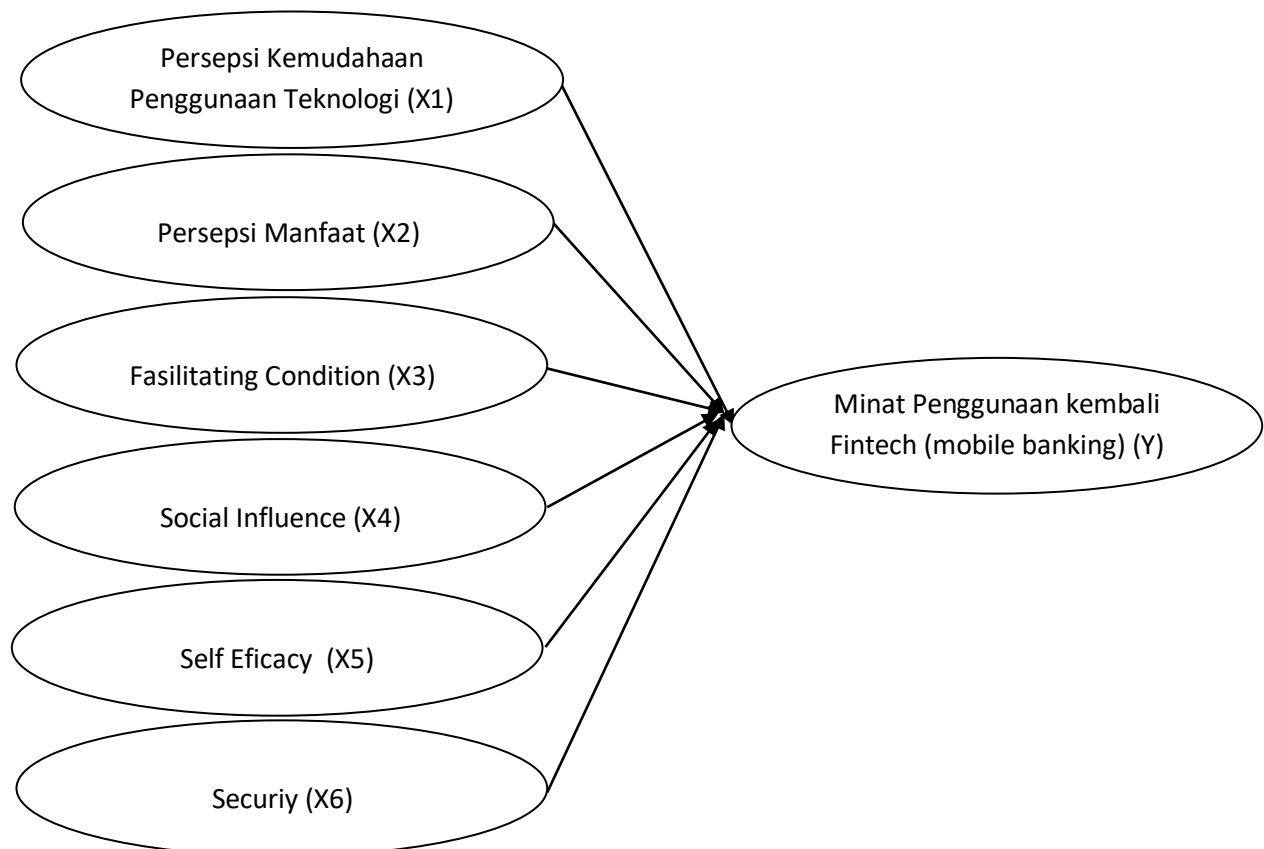
#### **Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Penggunaan Fintech (*Mobile Banking*)**

*Self Efficacy* merupakan sebuah ukuran dari penilaian seorang individu terhadap kemampuan dirinya dalam menggunakan sebuah sistem atau teknologi tertentu (Venkatesh *et al.*, 2003).

Beberapa penelitian terdahulu memperlihatkan pengaruh terhadap penggunaan teknologi baru. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Chuang, Liu and Kao, 2015) yang menunjukkan terdapat pengaruh tidak langsung antara *self efficacy* dengan minat penggunaan internet banking. Penelitian ini diperkuat oleh beberapa penelitian yang menunjukkan pengaruh langsung dalam minat penggunaan *mobile banking*. Penelitian-penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh (Mehrad and Mohammadi, 2016) dan juga yang dilakukan oleh (Luarn and Lin, 2005).

Dari uraian teori dan beberapa hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesa kelima dari penelitian ini adalah:

H<sub>5</sub> : *Self Efficacy* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*) masyarakat di Kota Padang.



**Gambar 3. Kerangka Pemikiran**

#### **Pengaruh *Security* (Sistem Keamanan) terhadap Penggunaan Fintech (*Mobile Banking*)**

*Security* dalam konteks penelitian ini diartikan sebagai sistem keamanan dari bank yang ada dalam aplikasi *mobile banking*. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan sistem keamanan yang tersedia dalam aplikasi teknologi baru berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi tersebut.

Analisis Faktor Determinan Minat Penggunaan Kembali Fintech sebagai Sarana Pendukung Program *Physical Distancing* pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Padang dengan Pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Laela Susdiani dan Dian Rani Yolanda)

Sebagai rujukan dapat dibuktikan pada beberapa penelitian berikut. Pertama penelitian yang dilakukan oleh (Glushchenko, Hodasevich and Kaufman, 2019) yang menunjukkan bahwa sistem keamanan merupakan faktor penting yang memotivasi penggunaan *mobile banking*. Selanjutnya penelitian dari (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017) juga memperlihatkan *security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-payments*. Sistem keamanan merupakan isu yang paling penting dalam mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan *mobile banking* (Gu, Lee and Suh, 2009).

Dari uraian teori dan beberapa hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesa pertama dari penelitian ini adalah:

H<sub>6</sub> : *Security* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*) masyarakat di Kota Padang.

### **Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan uraian pengembangan hipotesa diatas, dapat disimpulkan kerangka pemikiran dari penelitian ini seperti yang tergambar di Gambar 3.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Desain penelitian harus meliputi serangkaian pilihan dalam pengambilan keputusan rasional (Sekaran, 2006). Berdasarkan pola hubungannya, desain penelitian yang digunakan adalah pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis adalah menjelaskan sifat hubungan tertentu, atau menentukan perbedaan antarkelompok atau kebebasan (independensi) dan atau lebih faktor dalam suatu situasi (Sekaran, 2006).

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan hipotesis yang bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan fintech sebagai sarana pendukung physical distancing selama masa pandemi covid 19 untuk periode Maret 2020 sampai April 2020 di Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di kota Padang yang berusia antara 18 tahun sampai 70 tahun dan beberapa orang diantara populasi tersebut diambil sebagai sampel.

#### **Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan *convenience sampling*. *Purposiv sampling* merupakan pengambilan sampel bertujuan, yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu, dan *convenience sampling* merupakan pengambilan sampel secara nyaman dilakukan dengan memilih sampel bebas (Jogiyanto, 2004). Dalam penelitian ini peneliti memilih sampel dengan menentukan beberapa kriteria sebagai berikut: (1) Responden berusia 18 – 70 tahun. (2) Responden yang memiliki fintech atau yang pernah menggunakan fintech, jenis fintech yang digunakan dibatasi yaitu berbentuk mobile banking. (3) Responden adalah terdaftar sebagai penduduk kota Padang.

Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan pendekatan rumus (Hair, J. Jr., Bush, P., Ortinau, 2006) menyatakan bahwa banyaknya sampel yang menjadi responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi  $n \times 5$  *observed variable* (indikator) hingga  $n \times 10$  *observed variable* (indikator). Dalam penelitian ini jumlah indikator penelitian sebanyak 25 indikator, sehingga jumlah sampel yang diperlukan adalah 25 indikator dikali 5 sama dengan 125 responden. Namun dalam penelitian ini penulis menambahkan 10 sampel lebih banyak dari batas minimal jumlah sampel diatas. Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 135 responden.

### **Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel**

#### **Variabel Independen (X)**

Variabel independen (X) atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat baik secara positif maupun negatif. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas adalah 2 faktor yang mempengaruhi minat penggunaan fintech berdasarkan TAM yaitu persepsi kemudahan penggunaan fintech (X1) dan persepsi manfaat fintech (X2). Selanjutnya yang menjadi variabel bebas adalah 4 faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Fintech berdasarkan model UTAUT yaitu facilitating condition (X3), social influence (X4), self efficacy (X5) dan security (X6).

#### **Variabel Dependen (Y)**

Variabel dependen (Y) atau variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat merupakan variabel utama yang menjadi yang berlaku dalam investigasi. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu minat penggunaan Fintech.



**Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator Pertanyaan	Skala Pengukuran
<b>1. Variabel Independent</b>			
a. Persepsi kemudahan penggunaan fintech ( $X_1$ )	Sebuah ukuran dimana pengguna teknologi di masa depan mempersepsikan bahwa teknologi atau sistem yang digunakannya bebas dari error atau masalah (Venkatesh, Thong and Xu, 2012)	1. Jelas dan mudah untuk dipelajari 2. Sedikit usaha untuk digunakan 3. Mudah untuk di gunakan 4. Mudah untuk dioperasikan	Ordinal
b. Persepsi manfaat fintech ( $X_2$ )	Sebuah ukuran dimana penggunaan dari teknologi di percaya akan memberikan manfaat kepada pengguna teknologi tersebut (T. Oliveiraa, M. Fariaa, M.A, Thomas, 2014)	1. Bermanfaat 2. Membuat pekerjaan lebih mudah/ efisien 3. Meningkatkan produktifitas 4. Efektifitas 5. Meningkatkan Kinerja pekerjaan	Ordinal
c. Facilitating Condition ( $X_3$ )	Merupakan infrastruktur yang mendukung penggunaan dari teknologi (Venkatesh, Thong and Xu, 2012)	1. Updated 2. Pelayanan 24 jam tanpa masalah 3. Mudah dalam pendaftaran	Ordinal
d. Social Influence ( $X_4$ )	Merupakan tingkatan dimana seorang individu meyakini pentingnya rekomendasi dari orang lain ketika individu tersebut memutuskan untuk menggunakan sistem atau teknologi yang baru (Venkatesh <i>et al.</i> , 2003)	1. Bujukan / pengaruh dari keluarga dan teman 2. Nasehat dari Pegawai Bank 3. Pengaruh dari iklan	Ordinal
e. Self Efficacy ( $X_5$ )	Sebuah ukuran dari penilaian individu terhadap kemampuannya dalam menggunakan aplikasi dari teknologi. (Venkatesh <i>et al.</i> , 2003)	1. Menggunakan tanpa bantuan 2. Mampu menggunakan dengan buku manual 3. Bertanya untuk hal yang tidak dimengerti 4. Mampu menggunakan jika di perlihatkan cara menggunakannya 5. Mampu menggunakan jika pernah menggunakan aplikasi yang hampir sama.	Ordinal
f. Security ( $X_6$ )	Sistem keamanan dari bank-bank yang tersedia dalam aplikasi teknologi (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017)	1. Konfirmasi sms setiap waktu 2. Konfirmasi sms setiap transaksi 3. password untuk transaksi 4. Kebutuhan Password sekali pakai.	Ordinal
<b>2. Variabel Dependent</b>			
Minat Penggunaan Fintech	Niat atau keinginan atau perasaan yang menunjukkan tingkat kecenderungan dalam memilih atau menikmati penggunaan financial technology. (Gu, Lee and Suh, 2009) Atau sebuah keinginan dari pengguna fintech untuk melakukan sebuah tindakan dalam hal ini menggunakan fintech (Davis, 1989)	1. Berniat untuk menggunakan di masa depan 2. Berfikir menggunakan di masa depan 3. Berencana menggunakan di masa depan	Ordinal

Analisis Faktor Determinan Minat Penggunaan Kembali Fintech sebagai Sarana Pendukung Program *Physical Distancing* pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Padang dengan Pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Laela Susdiani dan Dian Rani Yolanda)

### Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan serangkaian prosedur dalam menganalisa data yang ada sehingga pada akhirnya dapat menjawab hipotesa- hipotesa penelitian yang telah dirumuskan. Adapun prosedur analisa data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### Analisa deskriptif

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metoda yang digunakan untuk menganalisis data harus sesuai dengan pola penelitian dan variabel yang akan diteliti. Pada penelitian ini peneliti menggunakan alat analisis berupa *Statistical Program Social Science* (SPSS 16,0) untuk mengetahui perbedaan diantara variabel dan akan diperoleh persentase serta frekuensi data responden.

### Uji Validitas

uji validitas berfungsi sebagai alat yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner dan reliabilitas yang berguna untuk mengukur tingkat seberapa besar suatu alat ukur mengukur dengan stabil dan konsisten. Valid atau tidaknya instrumen dilihat dengan membandingkan antara  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen pernyataan valid, dan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrumen pernyataan tidak valid. Nilai  $r$  tabel dapat dilihat pada tabel  $r$  statistik uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ )= $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS. (Ghozali, 2011)

### Uji Realibilitas

Reliabilitas (*reliability*) adalah tingkat seberapa besar suatu alat ukur mengukur dengan stabil dan konsisten. Besarnya tingkat reliabilitas ditunjukkan oleh koefisiennya, yaitu koefisien reliabilitas. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *cronbach 'salpha*. Koefisien *cronbach 'salpha* yang lebih dari 0,60 menunjukkan keandalan (*reliabilitas*) instrumen. Selainitu, *cronbach 'salpha* yang semakin mendekati 1, berarti menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya (Ghozali, 2011).

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik berfungsi untuk menilai kelayakan model suatu penelitian yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas. 1) Uji Normalitas adalah pengujian tingkat kenormalan distribusi variabel pengganggu atau residual dalam model regresi. Ujnormalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak digunakan uji *Kolmogorof-Smirnovtest*. Uji ini dipilih karena uji ini dapat secara langsung menyimpulkan apakah data yang ada terdistribusi normal secara statistik atau tidak. Apabilanilai *Kolmogorof-SmirnovZ* mendekati 1 dengan signifikansi asimetris 2 ekor lebih besar dari signifikansi 0,05 berarti data terdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai *Kolmogorof-Smirnov Z* mendekati 0 dengan signifikansi asimetris 2 ekor lebih kecil dari 0,05 berarti distribusi data tidak normal.(Ghozali,2011). 2) Uji multikolinieritas menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*variabel independent*). Uji ini dapat dilaksanakan dengan meregresikan modelanalisis dan melakukan uji korelasi antar independen variabel dengan menggunakan *varianceinflator factor* (*VIF*). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (*VIF*). Nilai *cut off* yang umum digunakan adalah nilai *tolerance* $<$ 0,10ataunilai *VIF* $>$ 10. Multikolonieritas terjadi jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 atau nilai *VIF* lebih besar dari 10.(Ghozali, 2011). 3) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi dapat ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan kepengamatan yang lain. Apabila varian residual dari satu pengamatan kepengamatan yang lain konstan, maka disebut homoskedastisitas. Sedangkan apabila varian residual dari satu pengamatan kepengamatan yang lain tidak konstan, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur maka teridentifikasi bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu  $y$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

### Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dipakai untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian(variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel persepsi manfaat penggunaan fintech (mobile banking), persepsi kemudahan penggunaan fintech (mobile banking), facilitating condition, social influence, self efficacy dan security terhadap minat penggunaan kembali fintech (mobile banking). Adapun berikut adalah keterangan dari persamaan dalam regresilinear, yang digunakan

dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Dimana :

Y = Minat Penggunaan Fintech (mobile banking) kembali

a = konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4$  = koefisien regresi variabel  $X_1$  dan  $X_2$

$X_1$  = Persepsi kemudahan penggunaan fintech

$X_2$  = Persepsi manfaat fintech

$X_3$  = *Facilitating Condition*

$X_4$  = *Social influence*

$X_5$  = *Self Efficacy*

$X_6$  = *Security*

e = *error*

### Uji Hipotesa

Uji hipotesa dengan menggunakan uji determinasi, uji F dan uji T. Uji determinasi berfungsi untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y dimana  $0 < \text{koefisien determinasi} < 1$ .

Selanjutnya Uji F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara simultan variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. (2) Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara simultan variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Berikutnya adalah uji t yang berfungsi menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. (2) Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Berdasarkan kuesioner yang terkumpul yaitu sebanyak 135 responden. Berdasarkan jenis pekerjaannya dapat dianalisa bahwa dari 135 responden yang merupakan masyarakat kota Padang yang dijadikan sebagai objek penelitian, pekerjaan dominan adalah sebagai PNS sebesar 32,59 %, dan juga sebagai mahasiswa atau pelajar sebesar 33,33%.

Kemudian jika dilihat usia responden dapat disimpulkan bahwa terbanyak responden yang berusia 18 sampai 28 tahun yaitu sebesar 51, 47% dan paling sedikit berusia 59 sampai 70 tahun yaitu sebesar 2,94%

Selanjutnya berdasarkan jumlah pendapatan yang responden tersebut dapatkan setiap bulannya, data menunjukkan bahwa responden dengan pendapatan sebesar Rp 5.000.001 sampai Rp 10.000.000 perbulannya menempati persentase tertinggi yaitu sebesar 33,09 % dan yang paling sedikit adalah responden dengan tingkat pendapatan diatas Rp 10.000.000 yaitu sebesar 2,94%

Sementara itu berdasarkan Bank yang digunakan, responden paling banyak yang menggunakan layanan Bank BNI sebesar 40,44 %, sedangkan yang menggunakan layanan Bank selain Bank BCA, BNI, Mandiri, BRI dan Nagari menempati posisi paling sedikit yaitu 6,62%.

Berikutnya berdasarkan tingkat pendidikan, terbanyak responden memiliki pendidikan terakhir S1 sebesar 37, 5%, paling sedikit responden dengan tingkat pendidikan D1.

Karakteristik responden dapat dilihat di Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Keterangan	Presentase
<b>1</b>	<b>Jenis Pekerjaan</b>	
-	Pelajar / Mahasiswa	33,3%
-	PNS	32,59%
-	Pengusaha	5,19%
-	Swasta	2,22 %
-	Wiraswasta	5,19%
-	Lainnya	21,48%
<b>2</b>	<b>Usia</b>	
-	18 - 28tahun	51,47%
-	29 – 38 tahun	13,97%
-	39 – 48 tahun	19,85%
-	49 – 58 tahun	11,76%
-	59 – 70 tahun	2,94%
<b>3</b>	<b>Pendapatan</b>	
-	<Rp. 500.000	11,03%
-	Rp. 500.001 – Rp. 1.000.000	19,12%
-	Rp 1.000.001 – Rp. 2.000.001	12,5%
-	Rp. 2.000.001 – Rp. 5.000.000	21,32%
-	Rp.5.000.001 – Rp 10.000.000	33,09%
-	> Rp 10.000.001	2,94%
<b>4</b>	<b>Nama Bank Yang Digunakan</b>	
-	BCA	13,94%
-	BNI	40,44%
-	Mandiri	11,03%
-	BRI	17,65%
-	Nagari	10,29%
-	Lainnya	6,62%
<b>5</b>	<b>Pendidikan</b>	
-	SMA	27,94%
-	D1	0%
-	D3	2,21%
-	S1	37,5%
-	S2	26,47%
-	S3	5,88%

Sumber : Hasil Pengolahan Data

### Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Valid atau tidaknya instrumen dilihat dengan membandingkan antara  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen pernyataan valid, dan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrumen pernyataan tidak valid. Nilai  $r$  tabel dapat dilihat pada tabel  $r$  statistik uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ )= $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS. Instrumen penelitian memiliki validitas konstruksi yang baik apabila telah memenuhi persyaratan diatas. Apabila terdapat variabel yang datanya tidak valid, berarti data variabel tersebut harus dibuang, kemudian dilakukan pengujian kembali hingga semua data variabel valid. (Ghozali, 2011)

Setelah dilakukan uji validitas, semua variabel yaitu perespsi manfaat, persepsi kemudahan menggunakan teknologi, *facilitating condition*, *social influence*, *self efficacy*, *security* dan minat penggunaan kembali *fintech* (*mobile banking*) menunjukkan hasil yang valid yang dibuktikan dengan nilai  $r$ -hitung semua variabel tersebut lebih besar dari  $r$ -tabel.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji ketepatan alat dalam mengukur apa yang diukurinya, artinya kapanpun alat itu digunakan maka akan memberikan hasil ukur yang sama. Menurut (Sekaran, 2006) reliabilitas penelitian dapat diukur dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan positif berkorelasi satu sama lain. Suatu variabel dikatakan *reliable* apabila nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60. Berikut hasil pengujian pada tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Batas Nilai	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Persepsi manfaat	0,6	0,941	<i>Reliable</i>
2	Persepsi kemudahan penggunaan fintech (M-Banking)	0,6	0,805	<i>Reliable</i>
3	Facilitating Condition	0,6	0,823	<i>Reliable</i>
4	Social Influence	0,6	0,845	<i>Reliable</i>
5	Self Efficacy	0,6	0,740	<i>Reliable</i>
6	Security	0,6	0,977	<i>Reliable</i>
7	Minat Penggunaan Kembali fintech (M-Banking)	0,6	0,856	<i>Reliable</i>

Sumber: Hasil Analisis

### Analisa Regresi Linier

#### Persamaan Analisis Regresi Linear

Setelah melalui uji validitas dan reliabilitas, semua variabel didalam penelitian menunjukkan hasil valid dan reliable. Kemudian pengujian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik dan dari pengolahan data yang telah dilakukan telah memenuhi semua persyaratan dalam uji asumsi klasik. Langkah selanjutnya adalah melakukan uji regresi. Uji regresi yang dilakukan sebanyak satu persamaan regresi. Di dalam penelitian ini menggunakan 6 variabel dependent yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan fintech, facilitating condition, social influence, self efficacy dan security . Sementara itu satu variabel dependent yaitu minat penggunaan kembali fintech (M-Banking). Dari hasil olah data menggunakan SPSS didapat persamaan regresi linear sebagai berikut :

$$Y = 2,123 + 0,107 X_1 + 0,475 X_2 + 0,001 X_3 + 0,016 X_4 - 0,016 X_5 + 0,071 X_6$$

Dimana:

Y = Minat penggunaan kembali fintech (M-Banking)

X<sub>1</sub> = Persepsi manfaat

X<sub>2</sub> = Persepsi kemudahan penggunaan fintech

X<sub>3</sub> = Facilitating condition

X<sub>4</sub> = Social influence

X<sub>5</sub> = Self Efficacy

X<sub>6</sub> = Security

a = Konstanta

b = Koefisien Variabel

### Uji Hipotesis

#### Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Berikutnya adalah uji hipotesis determinasi (R<sup>2</sup>), Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi (Suharyadi dan Purwanto, 2013). Nilai R<sup>2</sup> ini terletak antara 0 dan 1. Bila R<sup>2</sup> ini mendekati 0 berarti sedikit sekali variasi-variabel dependen yang diterangkan variabel independen. Jika nilai R<sup>2</sup> mendekati 1 berarti semakin besar variasi variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel independen. Jika ternyata dalam perhitungan nilai R<sup>2</sup> sama dengan 0 maka ini menunjukkan bahwa variabel dependen tidak bisa dijelaskan oleh variabel independen. Tabel dibawah ini menunjukkan ringkasan hasil uji hipotesis determinasi dalam penelitian ini yaitu:

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Independent	Dependent	Adjusted R Square
Persepsi manfaat (X1)	Minat Penggunaan Kembali Fintech (M-Banking) (Y)	0,618
Persepsi Kemudahan Penggunaan Fintech (M-Banking) (X2)		
Facilitating Condition (X3)		
Social Influence (X4)		
Self Efficacy (X5)		
Security (X6)		

Sumber: Hasil Analisis

Berdasarkan nilai angka Adjusted R<sup>2</sup> (R square) tersebut dapat diketahui bahwa minat penggunaan kembali fintech (M-Banking) dapat dijelaskan oleh variabel independent persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan fintech, social influence, self efficacy, dan security diperoleh sebesar 0,618 atau sebesar 61,8 %. Terdapat hubungan antara variabel *independent* (persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan fintech,

Analisis Faktor Determinan Minat Penggunaan Kembali Fintech sebagai Sarana Pendukung Program *Physical Distancing* pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Padang dengan Pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Laela Susdiani dan Dian Rani Yolanda)

*social influence, self efficacy, dan security*) terhadap variabel *dependent* yaitu minat penggunaan kembali fintech (M-Banking), dimana hubungannya cukup kuat karena nilai Adjusted R<sup>2</sup> lebih dari 0,50 yaitu 0,618 . Sisanya sebesar 0,382, minat penggunaan kembali fintech (M-Banking) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

### Uji t

Berikutnya adalah melakukan uji t untuk melihat signifikansi pengaruh antara variabel independent yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan fintech, *social influence, self efficacy, dan security* terhadap variabel dependent yaitu minat penggunaan kembali fintech (M-Banking).

**Tabel 5. Hasil Uji t**

Hyp		Jalur	Sig	Hasil
H1	Persepsi manfaat	→ Minat Penggunaan Kembali Fintech (M- Banking )	0,019	diterima
H2	PersepsiKemudahan Penggunaan Fintech	→ Minat Penggunaan Kembali Fintech (M- Banking )	0,000	diterima
H3	Facilitating Condition	→ Minat Penggunaan Kembali Fintech ( M- Banking )	0,995	Tidak diterima
H4	Social Influence	→ Minat Penggunaan Kembali Fintech (M- Banking )	0,794	<b>Tidak diterima</b>
H5	Self Efficacy	→ Minat Penggunaan Kembali Fintech (M- Banking )	0,734	Tidak diterima
H6	Security	→ Minat Penggunaan Kembali Fintech (M- Banking )	0,148	Tidak diterima

Sumber: Hasil Analisis

Berdasarkan hasil uji t ditunjukkan oleh tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebahagian hipotesa diterima dan sebahagian tidak diterima. Berikut penjelasan hasil uji t dalam penelitian ini: (1) Hipotesis H1 diterima, karena secara statistik menunjukkan hasil yang signifikan pada nilai yang lebih kecil dari alpha ( $0,019 < 0,05$ ). Artinya persepsi manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan kembali fintech (M-Banking). (2) Hipotesis H2 diterima, karena secara statistik menunjukkan hasil yang tidak signifikan pada nilai yang lebih besar dari alpha ( $0,000 < 0,05$ ). Artinya persepsi kemudahan penggunaan fintech (M-Banking) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan kembali fintech (M-Banking). (3) Hipotesis H3 tidak diterima, karena secara statistik menunjukkan hasil yang tidak signifikan pada nilai yang lebih besar dari alpha ( $0,995 > 0,05$ ). Artinya facilitating condition secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan kembali fintech (M-Banking). (4) Hipotesis H4 tidak diterima, karena secara statistik menunjukkan hasil yang signifikan pada nilai yang lebih kecil dari alpha ( $0,794 > 0,05$ ). Artinya social influence secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan kembali fintech (M-Banking). (5) Hipotesis H5 tidak diterima, karena secara statistik menunjukkan hasil yang tidak signifikan pada nilai yang lebih besar dari alpha ( $0,734 > 0,05$ ). Artinya self efficacy secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan kembali fintech (M-Banking). (6) Hipotesis H6 tidak diterima, karena secara statistik menunjukkan hasil yang tidak signifikan pada nilai yang lebih besar dari alpha ( $0,148 > 0,05$ ). Artinya security secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan kembali fintech (M-Banking).

### Pembahasan

#### Pengaruh Persepsi Manfaat Menggunakan Fintech (*Mobile Banking*) terhadap Minat Penggunaan kembali Fintech (*Mobile Banking*) Masyarakat di Kota Padang

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan teknik analisis data *multiple regression*, melalui uji t didapatkan hasil bahwa pengaruh variabel persepsi manfaat menggunakan fintech (*mobile banking*) terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*), memiliki tingkat signifikan sebesar 0,019 kecil dibandingkan 0,05. Hasil ini menyimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat menggunakan fintech (*mobile banking*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*) masyarakat kota Padang selama pandemi covid maret 2020 hingga april 2020.

Dalam masa pandemi covid 19 tuntutan untuk selalu mematuhi protokol kesehatan untuk menghambat penyebaran virus covid 19 adalah hal yang sangat urgent untuk dipatuhi setiap individu yang ada di Kota Padang, terlebih kota Padang merupakan wilayah yang memiliki peningkatan jumlah penderita covid 19 yang terbesar di Sumatera Barat. Salah satu protokol kesehatan yang harus dilaksanakan adalah selalu menjaga jarak (*physical distancing*). Penggunaan fintech dalam hal ini mobil banking yang merupakan salah satu layanan dalam bidang jasa keuangan menjadi sangat tepat untuk mendukung program *physical distancing*.

Keinginan masyarakat untuk menggunakan kembali fintech (*mobile banking*) pada masa pandemi covid 19 telah terbukti secara signifikan di pengaruhi oleh faktor persepsi manfaat penggunaan fintech (*mobile banking*). Kondisi bencana wabah virus covid 19, merupakan kondisi darurat dimana secara psikologi akan mempengaruhi minat dari masyarakat dalam menggunakan suatu teknologi. Dalam kondisi darurat seorang individu akan memikirkan faktor manfaat sebagai faktor utama dalam menggunakan teknologi.

Dari hasil analisis deskriptif, dapat diperhatikan bahwa nilai rata-rata total dari variabel persepsi manfaat menggunakan fintech (*mobile banking*) adalah sebesar 3,87 atau jika dibulatkan memiliki rata-rata 4. Menunjukkan bahwa masyarakat kota Padang umumnya memiliki pendapat setuju terhadap semua indikator persepsi manfaat yang ada. Dimana persepsi manfaat dari penggunaan *mobile banking* yaitu Penggunaan *mobile banking* membuat pekerjaan lebih berkualitas dan produktif dan *Mobile banking* membuat pekerjaan saya menjadi lebih efektif dalam penyelesaiannya menjadi alasan utama.

Adanya pengaruh persepsi manfaat dalam penggunaan Fintech (*mobile banking*) terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*) pada masa pandemi Maret 2020 sampai April 2020, sesuai dengan hasil beberapa penelitian terdahulu yang menguji pengaruh persepsi manfaat dan minat penggunaan fintech. Pertama penelitian yang dilakukan oleh (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017) menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat dalam penggunaan fintech (*mobile banking*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan fintech (*mobile banking*). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang sama yaitu penelitian yang dilakukan oleh (London, 2016) menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile payment* di Turki. Sementara itu hasil penelitian yang dilakukan oleh (N. Arvidsson, 2014) juga menunjukkan hasil yang sama bahwa *relative advantage* (persepsi manfaat) memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan *mobile payment*.

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan Fintech (*Mobile Banking*) terhadap Minat Penggunaan Fintech (*Mobile Banking*) Kembali Masyarakat di Kota Padang**

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan teknik analisis data multiple regression, melalui uji t didapatkan hasil bahwa pengaruh variabel persepsi kemudahan menggunakan fintech (*mobile banking*) terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*), memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 kecil dibandingkan 0,05. Hasil ini menyimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan menggunakan fintech (*mobile banking*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*) masyarakat kota Padang selama pandemi covid maret 2020 hingga april 2020.

Dalam masa pandemi covid-19 dimana diketahui bahwa terjadi pembatasan mobilitas manusia dan interaksi fisik langsung telah menyebabkan individu masyarakat menginginkan sebuah teknologi yang mudah untuk digunakan agar dapat memperlancar penyelesaian urusan dan pekerjaan mereka. Hal tersebut dikarenakan jika terdapat teknologi yang sulit untuk digunakan, pada masa pandemi ini tidaklah mudah untuk mencari individu yang akan membantu penggunaan teknologi tersebut. Dikarenakan seperti yang telah dijelaskan diatas kontak fisik adalah sesuatu yang sangat dihindari untuk memutus penyebaran rantai virus covid-19.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dari data kuesioner yang telah dikumpulkan, dapat diperhatikan bahwa semua indikator yang telah disebutkan diatas memiliki jawaban umumnya setuju dan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat kota Padang sangat menginginkan kemudahan dalam penggunaan fintech (*mobile banking*) sebagai alasan utama dalam minat menggunakan kembali fintech (*mobile banking*). Indikator dalam variabel kemudahan penggunaan yang merupakan alasan utama untuk menggunakan fintech (*mobile banking*) adalah indikator yang ketiga yaitu *mobile banking* mudah untuk digunakan dengan nilai 4,22.

Pada masa pandemi covid-19 dimana masyarakat dihadapkan dengan situasi yang sulit karena tidak bisa melakukan kegiatan sehari-hari secara bebas dibandingkan dengan sebelum terjadinya pandemi. Selain itu gangguan psikis yang disebabkan tingginya kecemasan akan terkena covid-19 menyebabkan perubahan dalam pertimbangan penggunaan suatu teknologi dalam hal ini fintech. Kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi menjadi alasan utama dalam minat penggunaan teknologi tersebut. Hal ini dikarenakan dalam situasi yang tidak normal dan kondisi psikis yang dipenuhi kecemasan, individu cenderung untuk tidak ingin mempelajari sesuatu yang rumit dalam penggunaan teknologi. Oleh karena itu faktor persepsi kemudahan dalam penggunaan fintech (*mobile banking*) menjadi fokus perhatian dalam minat menggunakan *mobile banking* tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan menggunakan fintech (*mobile banking*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*). Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang juga menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan teknologi dengan minat penggunaan teknologi tersebut. Penelitian yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh (Gu, Lee and Suh, 2009) menemukan bahwa persepsi kemudahan menggunakan *mobile banking* menjadi alasan yang kuat untuk minat menggunakan *mobile banking* tersebut. Selanjutnya penelitian lain juga memperlihatkan hasil yang konsisten dengan penelitian (Gu, Lee and Suh, 2009). Penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh (Shankar, 2018) membuktikan bahwa

Analisis Faktor Determinan Minat Penggunaan Kembali Fintech sebagai Sarana Pendukung Program *Physical Distancing* pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Padang dengan Pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Laela Susdiani dan Dian Rani Yolanda)

persepsi kemudahan menggunakan mobile banking memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking di India. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan (Chuang, Liu and Kao, 2015) yang membuktikan bahwa persepsi kemudahan menggunakan mobile banking memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* di Kota Taiwan.

### **Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap Minat Penggunaan Fintech (*Mobile Banking*) Kembali Masyarakat di Kota Padang**

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan teknik analisis data *multiple regression*, melalui uji t didapatkan hasil bahwa pengaruh variabel *facilitating condition* terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*), memiliki tingkat signifikan sebesar 0,995 besar dibandingkan 0,05. Hasil ini menyimpulkan bahwa variabel *facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*) masyarakat kota Padang selama pandemi covid Maret 2020 hingga April 2020.

Dapat diamati dari hasil analisis deskriptif, jawaban atas pertanyaan pertanyaan yang menjadi indikator dari variabel *facilitating condition* secara rata-rata memiliki nilai 3,72. Hal ini menunjukkan bahwa umumnya responden memiliki pendapat bahwa kondisi fasilitas dari mobile banking dalam kategori cukup memenuhi kebutuhan dari responden. Oleh karena itu kondisi fasilitas dari mobile banking bukan menjadi alasan utama dalam keputusan penggunaan kembali mobile banking pada masa pandemi Covid-19 bulan Maret sampai April 2020.

Adapun indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel *facilitating condition* menggunakan 3 pertanyaan yaitu Aplikasi pada *mobile banking* dapat digunakan dengan baik selama 24 jam tanpa masalah, Aplikasi mobile banking secara terus menerus di update dan Pendaftaran untuk Pelayanan mobile banking mudah.

Dalam masa pandemi covid 19 untuk periode Maret 2020 sampai April 2020 terlihat bahwa minat penggunaan fintech (*mobile banking*) tidak didasarkan karena *facilitating condition* dari *mobile banking* tersebut, hal ini disebabkan dapat dilihat dari 3 pernyataan diatas yang menjadi indikator dari variabel *facilitating condition* bahwa penggunaan mobile banking oleh responden tidaklah crucial mengharuskan aplikasi mobile banking tanpa masalah selama 24 jam, harus terus menerus diupdate dan kemudahan dalam pendaftaran.

Beberapa Penelitian terdahulu yang menunjukkan hubungan antara *Facilitating Condition* terhadap minat penggunaan mobile banking menunjukkan hasil yang bervariasi. Penelitian yang dilakukan oleh (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017) menunjukkan bahwa *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking, namun memiliki pengaruh tidak langsung dengan *hedonic motivation* sebagai variabel perantara terhadap minat penggunaan mobile banking. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh (T. Oliveiraa, M. Fariaa, M.A, Thomas, 2014) menunjukkan bahwa *facilitating condition* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan kembali *mobile banking*.

### **Pengaruh *Social Influence* terhadap Minat Penggunaan Fintech (*Mobile Banking*) Kembali Masyarakat di Kota Padang**

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan teknik analisis data *multiple regression*, melalui uji t didapatkan hasil bahwa pengaruh variabel *social influence* terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*), memiliki tingkat signifikan sebesar 0,794 besar dibandingkan 0,05. Hasil ini menyimpulkan bahwa variabel *social influence* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*) masyarakat kota Padang selama pandemi covid Maret 2020 hingga April 2020.

Dapat diamati dari hasil analisis deskriptif, jawaban atas pertanyaan pertanyaan yang menjadi indikator dari variabel *social influence* secara rata-rata memiliki nilai 2,86. Hal ini menunjukkan bahwa umumnya responden memiliki pendapat kurang setuju terhadap *social influence* dalam penggunaan *mobile banking*. Oleh karena itu *social influence* pada penggunaan mobile banking bukan menjadi alasan utama dalam keputusan penggunaan kembali *mobile banking* pada masa pandemi Covid-19 bulan Maret sampai April 2020.

Variabel *social influence* merupakan variabel yang menjelaskan pengaruh sosial terhadap minat seorang individu dalam penggunaan fintech (*mobile banking*). Pengaruh sosial disini yang dimaksud adalah bujukan atau rekomendasi dari individu lain atau masyarakat terhadap keunggulan suatu produk atau teknologi sehingga dapat menstimulasi peningkatan minat penggunaan teknologi tersebut.

Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa dalam masa pandemi Maret 2020 sampai April 2020 pengaruh masyarakat atau individu lain tidak menjadi penyebab meningkatnya minat penggunaan mobile banking. Hal ini diperkirakan mobile banking sudah cukup dikenal dan dipromosikan oleh pihak bank ketika seorang individu membuka rekening tabungan. Dan dikarenakan pemakaiannya cukup sederhana dan mudah, maka penjelasan dari pihak Bank cukup untuk masyarakat mengenal aplikasi *mobile banking*.

Hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa *social influence* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan fintech (*mobile banking*) didukung dengan beberapa penelitian terdahulu diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017) menunjukkan bahwa *social influence* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan fintech (*mobile banking*). Penelitian ini didukung oleh penelitian yang



dilakukan (Talwar *et al.*, 2020) yang membuktikan bahwa social influence tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile payment*. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh *et al.*, 2000) menunjukkan hal yang berbeda, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan teknologi. Perbedaannya adalah bahwa pada penelitian (Venkatesh *et al.*, 2000) diterapkan untuk minat penggunaan teknologi secara umum, sedangkan (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017) berfokus pada minat penggunaan *mobile banking*.

### **Pengaruh Self Efficacy terhadap Minat Penggunaan Kembali Fintech (Mobile Banking) Masyarakat di Kota Padang**

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan teknik analisis data *multiple regression*, melalui uji t didapatkan hasil bahwa pengaruh variabel *self efficacy* terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*), memiliki tingkat signifikan sebesar 0,737 besar dibandingkan 0,05. Hasil ini menyimpulkan bahwa variabel *self efficacy* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*) masyarakat kota Padang selama pandemi covid-19 pada bulan maret 2020 hingga april 2020.

Dapat diamati dari hasil analisis deskriptif, jawaban atas pertanyaan pertanyaan yang menjadi indikator dari variabel *self efficacy* secara rata-rata memiliki nilai 3,13. Hal ini menunjukkan bahwa umumnya responden memiliki pendapat dalam kategori cukup memenuhi kebutuhan dari responden. Oleh karena itu *self efficacy* bukan menjadi alasan utama dalam keputusan penggunaan kembali *mobile banking* pada masa pandemi Covid-19 bulan Maret sampai April 2020.

Menurut (Venkatesh *et al.*, 2003), *self efficacy* merupakan ukuran penilaian seorang individu terhadap kemampuannya dalam menggunakan sebuah aplikasi *mobile banking*. Di beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *self efficacy* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Penelitian pertama adalah yang dilakukan oleh (Weng *et al.*, 2018). Berikutnya penelitian yang dilakukan oleh (N. Arvidsson, 2014) menemukan bahwa *self efficacy* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Hasil penelitian terkait variabel *self efficacy* dalam penelitian ini yang berbeda dari hasil penelitian sebelumnya, dimana hasil penelitian sebelumnya umumnya *self efficacy* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*, sementara dalam penelitian ini tidak berpengaruh dikarenakan situasi yang melatar belakangi penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya. Situasi pandemi covid 19 telah menimbulkan kepanikan dan peningkatan kecemasan bagi setiap individu di kota Padang, sehingga hal ini mempengaruhi faktor-faktor yang menentukan keputusan minat penggunaan kembali sebuah aplikasi teknologi.

### **Pengaruh Security terhadap Minat Penggunaan Kembali Fintech (Mobile Banking) Masyarakat di Kota Padang**

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan teknik analisis data *multiple regression*, melalui uji t didapatkan hasil bahwa pengaruh variabel *security* terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*), memiliki tingkat signifikan sebesar 0,148 besar dibandingkan 0,05. Hasil ini menyimpulkan bahwa *security* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*) masyarakat kota Padang selama pandemi covid Maret 2020 hingga April 2020.

Dapat diamati dari hasil analisis deskriptif, jawaban atas pertanyaan pertanyaan yang menjadi indikator dari variabel *security* secara rata-rata memiliki nilai 3,44. Hal ini menunjukkan bahwa umumnya responden memiliki pendapat dalam kategori cukup bahwa faktor *security* dalam penggunaan *mobile banking* merupakan alasan menggunakan kembali *mobile banking*. Oleh karena itu *security* dalam penggunaan *mobile banking* bukan menjadi alasan utama dalam keputusan penggunaan kembali *mobile banking* pada masa pandemi Covid-19 bulan Maret sampai April 2020.

Variabel *security* merupakan sistem keamanan yang tersedia dalam sebuah aplikasi teknologi yang diperkirakan dapat mempengaruhi minat penggunaan sebuah teknologi. Namun dalam penelitian ini dibuktikan bahwa selama masa pandemi Covid 19 pada bulan maret 2020 sampai bulan April 2020, *security* pada aplikasi *mobile banking* tidak mempengaruhi minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*). Hal ini diperkirakan pada situasi genting, kepanikan dan kecemasan faktor keamanan sering diabaikan.

Jika diperhatikan beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang bervariasi. Penelitian yang dilakukan oleh (Boonsiritomachai and Pitchayadejanant, 2017) menunjukkan bahwa *security* pada aplikasi *mobile banking* berpengaruh terhadap minat penggunaan kembali *mobile banking*. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh (London, 2016) membuktikan bahwa walaupun *security* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan fintech namun level pengaruhnya rendah.

## **PENUTUP**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan kembali fintech (*Mobile Banking*) pada masyarakat kota Padang di masa pandemi covid 19 periode maret 2020 sampai April 2020 dengan menggunakan pendekatan UTAUT dan TAM. Hasil pengolahan data menunjukkan variabel-

Analisis Faktor Determinan Minat Penggunaan Kembali Fintech sebagai Sarana Pendukung Program *Physical Distancing* pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Padang dengan Pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Laela Susdiani dan Dian Rani Yolanda)

variabel dengan pendekatan TAM yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan fintech mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking, sementara itu 4 variabel dengan pendekatan UTAUT yaitu *facilitating condition*, *social influence*, *self efficacy* dan *security* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan kembali *mobile banking*.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah penelitian ini hanya meneliti faktor faktor yang mempengaruhi minat penggunaan fintech (*mobile banking*) dengan menggunakan 2 metode yaitu TAM dan UTAUT. Penelitian ini hanya meneliti untuk objek penelitian masyarakat Kota Padang dan dalam penelitian ini Jumlah responden tidak terdistribusi dengan baik untuk jenis pekerjaan yang tersedia karena didominasi oleh mahasiswa/pelajar dan PNS.

Dengan melihat hasil penelitian ini, dimana terbukti variabel-variabel yang berdasarkan konsep TAM yaitu variabel persepsi manfaat dan variabel persepsi kemudahan dalam penggunaan fintech memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan kembali fintech (*mobile banking*). Sementara itu variabel-variabel yang berdasarkan konsep UTAUT yaitu variabel *security*, *self efficacy*, *social influence* dan *facilitating condition* terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan kembali Fintech (*mobile banking*) pada masa pandemi covid 19 pada Maret 2020 sampai April 2020. Hasil penelitian diatas dapat dijadikan pedoman oleh penyedia Fintech dalam hal ini lembaga-lembaga keuangan seperti perbankan untuk menyusun strategi yang berguna untuk meningkatkan penggunaan fintech (*mobile banking*) oleh masyarakat kota Padang. Hal ini sekaligus sebagai upaya bagi perbankan untuk berkontribusi dalam usaha pembatasan penyebaran virus corona. Dengan mengetahui bahwa minat masyarakat kota Padang dalam menggunakan kembali fintech (*mobile banking*) tergantung pada manfaat dan kemudahan menggunakan teknologi tersebut, maka perbankan dapat meningkatkan manfaat dari mobile banking menjadi lebih banyak manfaat lagi dibandingkan yang ada sekarang, begitu pula peningkatan dalam hal kemudahan penggunaan mobile banking perlu menjadi perhatian juga.

Ada pun pada variabel-variabel yang tidak berpengaruh seperti *facilitating condition*, *self efficacy*, *social influence* dan *security*, perbankan perlu mempromosikan pada masyarakat sehingga masyarakat dapat merasakan fungsi dan manfaat dari variabel-variabel tersebut.

Pemerintah dapat membantu upaya perbankan dalam meningkatkan variabel manfaat dan kemudahan dalam penggunaan mobile banking, sehingga nantinya dapat meningkatkan minat masyarakat kota Padang dalam menggunakan mobile banking. Jika hal ini dapat tercapai, merupakan keuntungan juga bagi pemerintah karena penggunaan mobile banking dapat mendukung upaya *physical distancing* yang pada akhirnya dapat memutus rantai penyebaran virus Covid 19.

Adapun upaya pemerintah untuk membantu perbankan dalam mempromosikan penggunaan mobile banking dapat dilakukan dengan cara memberikan kesempatan bagi perbankan untuk lebih mensosialisasikan manfaat dan kemudahan penggunaan mobile banking pada para PNS dilingkungan instansi pemerintahan. Dan juga pada masyarakat-masyarakat umum melalui kantor-kantor pemerintahan seperti kecamatan dan kelurahan.

Bagi akademisi hasil penelitian ini dapat dijadikan landasan teori dalam melanjutkan penelitian yang sama dalam bidang penerimaan sebuah aplikasi teknologi. Para akademisi dapat menambahkan variabel-variabel penelitian berdasarkan teori-teori yang lain. Selanjutnya penelitian juga dapat diteruskan tidak hanya pada tahap minat penggunaan fintech (*mobile banking*) namun dapat pada tahap *actual use*, yang tentunya akan menawarkan kerangka penelitian yang lebih komplek/lengkap sehingga dapat memperluas pengetahuan pihak penyedia jasa Fintech, pemerintah maupun masyarakat.

Selanjutnya dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan adanya keterkaitan antara teori penerimaan teknologi baru TAM pada situasi bencana atau musibah dimana dalam penelitian ini penulis mengangkat kondisi pandemi covid-19 sebagai objek situasi penelitian. Secara teori TAM menjelaskan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan menggunakan teknologi baru adalah alasan seorang individu berminat menggunakan teknologi tersebut. Dari hasil penelitian hal ini dapat dibuktikan bahwa pada situasi bencana atau musibah yaitu Pandemi Covid-19 masyarakat kota Padang menggunakan M-banking dengan alasan manfaat dan kemudahan dalam penggunaan. Sehingga dari hasil ini dapat disimpulkan TAM dapat dibuktikan dalam kondisi pandemi Covid-19. Sebaliknya teori pada UTAUT yang menyatakan bahwa *facilitating condition*, *social influence*, *self efficacy* dan *security* berpengaruh terhadap minat penggunaan kembali sebuah teknologi baru tidak terbukti pada situasi pandemi Covid-19.

Bagi masyarakat hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bahwa perbankan telah menawarkan banyak hal dalam penciptaan financial technology. Dimana banyak hal tersebut adalah bahwa Fintech (*mobile banking*) selain menawarkan manfaat dan kemudahan penggunaan, juga memberikan berbagai kondisi fasilitas yang canggih, sistem keamanan, upaya-upaya promosi dalam meningkatkan *self efficacy* dan juga berusaha untuk melakukan *social influence*. Selain hal tersebut masyarakat juga dapat berperan aktif dalam memutus rantai penyebaran Covid 19 dengan cara yang mudah yaitu menggunakan *mobile banking* dalam transaksi keuangannya. Dengan menggunakan mobile banking masyarakat telah menjalankan satu kegiatan dalam protokol kesehatan yaitu berperan aktif dalam menjaga jarak fisik (*Physical Distancing*).

**DAFTAR RUJUKAN**

- Amalia, S. (2018) 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology Syariah Paytren Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Planned Behavior', *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 9(1), pp. 64–79. Available at: <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/687/388>.
- Boonsiritomachai, W. and Pitchayadejanant, K. (2017) 'Determinants Affecting Mobile Banking Adoption By Generation Y Based On The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology Model Modified By The Technology Acceptance Model Concept', *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 40(2), pp. 1–10. doi: <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.10.005>.
- Chuang, L., Liu, C. and Kao, H. (2015) 'The Adoption of Fintech Service : TAM perspective', *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)*, 3(07), pp. 1–15.
- Davis, F. D. (1989) 'User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models User Acceptance Of Computer Technology : A Comparison Of Two', (September 2016). doi: 10.1287/mnsc.35.8.982.
- Dinas Kesehatan Kota Padang (2020) *Dinkers Kota Padang.pdf*. Padang.
- Fred, D. and Davis, B. F. D. (1989) 'Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology', (September), pp. 319–340.
- Ghozali, I. (2011) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS badan Penerbit Universitas Diponegoro*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glushchenko, M., Hodasevich, N. and Kaufman, N. (2019) 'Innovative Financial Technologies As A Factor Of Competitiveness In The Banking', in *SHS Web of Conferences*. Russia: SHS Web of Conferences, pp. 1–5. Available at: <https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2019/10/contents/contents.html>.
- Gu, J., Lee, S. and Suh, Y. (2009) 'Expert Systems with Applications Determinants of behavioral intention to mobile banking', *Expert Systems With Applications*, 36(9), pp. 11605–11616. doi: 10.1016/j.eswa.2009.03.024.
- Hair, J. Jr., Bush, P., Ortinau, D. (2006) *Marketing Research: Within A Changing Information Environment (Mcgraw Hill/Irwin Series In Marketing) 3rd Edition*. 3rd edn. John E. Biernat.
- London, E. (2016) 'Adoption of mobile payment systems : a study on mobile wallets', *Journal of Business, Economic and Finance*, 5(1), pp. 73–92. doi: 10.17261/Pressacademia.2016116555.
- Luarn, P. and Lin, H. (2005) 'Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking', 21, pp. 873–891. doi: 10.1016/j.chb.2004.03.003.
- Mehrad, D. and Mohammadi, S. (2016) 'Telematics and Informatics Word of Mouth impact on the adoption of mobile banking in Iran', *Telematics and Informatics*. doi: 10.1016/j.tele.2016.08.009.
- N. Arvidsson (2014) 'Consumer Attitudes On Mobile Payment Services – Results From A Proof Of Concept Test', *International Journal of Bank Marketing*, 32(2), pp. 150–170. doi: 10.1108/IJBM-05-2013-0048.
- Nabila, M. et al. (2018) 'Financial Technology Acceptance Factors of Electronic Wallet and Digital Cash in Indonesia', in *2018 International Conference on Information Technology Systems and Innovation (ICITSI)*. Bandung, Indonesia: IEEE, pp. 1–7. doi: 10.1109/ICITSI.2018.8696091.
- Pusparisa, Y. (2020) <https://katadata.co.id/0/analisisdata/5fbc24032471c/musim-semi-investasi-fintech-terhalang-lemahnya-keamanan-siber>, 25 November 2020. Available at: <https://katadata.co.id/0/analisisdata/5fbc24032471c/musim-semi-investasi-fintech-terhalang-lemahnya-keamanan-siber>.
- R.N. Indriyati, M. N. A. (2019) 'eterminan Minat Individu Menggunakan Layanan Financial Technology dengan Kerangka Innovation Diffusion Theory', *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 8(2), pp. 209–223. doi: <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26660>.
- Rahma, T. F. (2018) 'Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology', *Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), pp. 642–661. doi: <http://dx.doi.org/10.30821/ajei.v3i1.1704>.
- Riskianto, A., Kelana, B. and Hilmawan, D. R. (2017) 'ScienceDirect ScienceDirect The Moderation Effect of Age on Adopting E-Payment Technology', in *4th Information Systems International Conference 2017*. Bali, pp. 536–543. doi: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.187>.
- Sekaran, U. (2006) *metodologi penelitian untuk bisnis buku 2*. Edited by 2. Jakarta: Jakarta: Salemba Empat.
- Shankar, A. (2018) 'Factors Affecting Mobile Payment Adoption Intention : An Indian Perspective'. doi: 10.1177/0972150918757870.
- Statista (2021) *Transaksi Fintech Indonesia 2015-2021*. Available at: <https://www.statista.com/outlook/dmo/fintech/indonesia>.
- Suharyadi dan Purwanto (2013) *Statistika ekonomi dan keuangan modern*. Jakarta: Jakarta: Salemba Empat.
- Suoranta, M. and Mattila, M. (2004) 'Mobile banking and consumer behaviour : New insights into the diffusion pattern', 8, pp. 354–366.
- Suwanno, N. and Jarernvongrayab, A. (2016) 'Effects of Attitude toward Using , Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use and Perceived Compatibility on Intention to Use E-Marketing', (May 2014). doi:
- Analisis Faktor Determinan Minat Penggunaan Kembali Fintech sebagai Sarana Pendukung Program *Physical Distancing* pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Padang dengan Pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Laela Susdiani dan Dian Rani Yolanda)

10.5296/jmr.v6i3.5573.

- T. Oliveiraa, M. Fariaa, M.A, Thomas, A. P. (2014) 'A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies', *International Journal of Information Management*, 34(5), pp. 689–703. doi: 10.1287/mnsc.46.2.186.11926.
- Talwar, S. *et al.* (2020) 'Point Of Adoption And Beyond. Initial Trust And Mobile-Payment Continuation Intention', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55(March), pp. 1–12. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102086>.
- Venkatesh, V. *et al.* (2000) 'A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies', *Management Science*, 46(2), pp. 185–204. Available at: <https://www.jstor.org/stable/2634758>.
- Venkatesh, V. *et al.* (2003) 'User acceptance of information technology: Toward a unified View', *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), pp. 425–478. doi: 10.2307/30036540.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L. and Xu, X. (2012) 'Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology', *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), pp. 157–178. doi: 10.2307/41410412.
- Weng, F. *et al.* (2018) 'A TAM-Based Study of the Attitude towards Use Intention of Multimedia among School Teachers', 1(3), pp. 1–9. doi: <https://doi.org/10.3390/asi1030036>.
- Yuniarti, V. (2019) 'Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Financial Technology Peer To Peer Lending', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1), pp. 1–22.
- Z. Hu, S. Ding, S. Li, L. Chen, S. Y. (2019) 'Adoption Intention of Fintech Services for Bank Users: An Empirical Examination with an Extended Technology Acceptance Model', *MDPI*, 11(3), pp. 1–16. doi: <https://doi.org/10.3390/sym11030340>.
- [www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id) (2010) Kementerian Kominfo.