

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI FINTECH DI
INDONESIA: PENDEKATAN KUANTITATIF BERBASIS MODEL
TOE DAN UTAUT)**

Meiske Erdinarini Anggita¹, Kurniawati², Yolanda Masnita³

^{1,2,3} Magister Pendidikan Universitas Trisakti

¹122012401045@std.trisakti.ac.id, ²kurniawati@trisakti.ac.id,

³yolandamasnita@trisakti.ac.id

ABSTRACT

This research investigates the key factors affecting individuals' intention to adopt Financial Technology (FinTech) services in Indonesia using a quantitative method grounded in the Technology-Organization-Environment (TOE) framework and the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Data were gathered from 273 respondents through a structured questionnaire. The results indicate that Social Influence, Performance Expectancy, Facilitating Conditions, Electronic Word of Mouth (e-WOM), System Quality, and Bank Image have positive and significant impacts on the intention to use FinTech services, with System Quality emerging as the strongest predictor, followed by Bank Image and Social Influence. Additionally, Government Support positively moderates the relationship between e-WOM and System Quality with usage intention but does not significantly moderate other relationships. These findings highlight the critical role of system quality, brand reputation, social factors, and government support in promoting FinTech adoption in Indonesia. For future research, it is suggested to incorporate additional variables and utilize a longer research period to gain deeper and more comprehensive insights.

Keywords: FinTech, TOE Framework, UTAUT, System Quality, Government Support, Indonesia.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi niat individu untuk menggunakan layanan Financial Technology (FinTech) di Indonesia. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kerangka Technology-Organization-Environment (TOE) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Data diperoleh dari 273 responden melalui penyebaran kuesioner. Hasil analisis menunjukkan bahwa Social Influence, Performance Expectancy, Facilitating Conditions, Electronic Word of Mouth (e-WOM), System Quality, dan Bank Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan FinTech. System Quality menjadi faktor yang paling kuat, disusul oleh Bank Image dan Social Influence. Selain itu, Government Support terbukti memperkuat hubungan antara e-WOM dan System Quality dengan niat penggunaan, namun tidak berpengaruh pada hubungan lainnya. Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas sistem, citra bank, pengaruh sosial, dan dukungan pemerintah dalam mendorong adopsi layanan FinTech di Indonesia. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain serta menggunakan rentang waktu penelitian yang lebih panjang guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Kata Kunci: Adopsi FinTec, Penerimaan Teknologi, Dukungan Pemerintah, Kerangka TOE, Model UTAUT

A. Pendahuluan

Institusi keuangan konvensional, seperti perbankan, telah lama menjadi pemain utama dalam sistem keuangan dengan menguasai pasar secara terpusat dan mengendalikan layanan keuangan selama bertahun-tahun. Namun, munculnya revolusi industri 4.0 telah membawa perubahan struktural besar dalam sektor keuangan, dipicu oleh berbagai inovasi teknologi yang mendorong transformasi industri secara menyeluruh. Financial Technology (FinTech) muncul sebagai hasil dari integrasi teknologi dalam sektor keuangan, yang mendorong perubahan signifikan pada struktur pasar, lembaga keuangan, dan mekanisme penyediaan layanan keuangan. Perubahan ini dimungkinkan melalui pengembangan berbagai inovasi, termasuk model bisnis, aplikasi, prosedur, serta produk keuangan yang modern (Ramlall, 2018). Perkembangan industri FinTech di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang pesat, tercermin dari keberadaan 101 platform P2P lending, 63 penyelenggara inovasi keuangan digital, serta 16 platform securities crowdfunding yang terdaftar hingga

Februari 2024. Nilai Pembiayaan yang masih berjalan di sektor P2P tercatat sebesar Rp61,10 triliun, sementara volume transaksi fintech sepanjang 2024 mencapai Rp448,4 miliar. Tercatat pula sekitar 290 bentuk kemitraan antara perusahaan FinTech dan lembaga jasa keuangan. Selain itu, FinTech turut berkontribusi terhadap sektor produktif, dengan 12,5% dari total pembiayaan peer-to-peer dialokasikan bagi pelaku UMKM ((OJK) 2024).

Sejalan dengan pertumbuhan FinTech dalam sektor keuangan praktis, kajian ilmiah mengenai bidang ini juga semakin berkembang dari beragam perspektif. Penggunaan layanan FinTech merupakan proses yang dipengaruhi oleh beragam faktor dari dalam dan luar individu. Bouteraa et al., (2024) menyatakan bahwa dua kerangka teoritis utama yang relevan dalam menjelaskan perilaku adopsi FinTech adalah model Technology Organization Environment (TOE) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Sejumlah variabel seperti ekspektasi terhadap manfaat (performance expectancy), ketersediaan dukungan (government support), kualitas sistem (system quality), dan persepsi pada citra bank

(bank image) terbukti berperan penting dalam membentuk niat perilaku pengguna. selain itu, pengaruh dari electronic Word of Mouth (e-WOM) juga turut mendorong minat pengguna secara positif. Temuan ini mempertegas bahwa keputusan untuk mengadopsi FinTech dipengaruhi tidak hanya oleh kemampuan teknologinya, tetapi juga oleh persepsi dan interaksi sosial pengguna.

FinTech telah muncul sebagai inovasi disruptif yang secara fundamental mengubah cara layanan keuangan diberikan dan diakses oleh masyarakat di berbagai belahan dunia. Meskipun adopsi FinTech menunjukkan pertumbuhan pesat secara global, tingkat penerimaan pengguna terhadap teknologi ini bervariasi antarnegara. Salah satu penelitian terbaru yaitu di Uni Emirat Arab (UEA) mengungkapkan bahwa social influence tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap adopsi FinTech oleh konsumen (Bouteraa, M., Chekima, B., Thurasamy, R., Bin-Nashwan, S. A., Al-Daihani, M., Baddou, A., Sadallah, M., & Ansar 2024). Temuan ini cukup menarik karena berbeda dengan kondisi di India, di mana pengaruh sosial justru

menjadi salah satu faktor utama dalam mendorong keputusan penggunaan FinTech (Hasan, M., & Perumal 2024).

Perbedaan hasil ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai faktor-faktor kontekstual yang mungkin memoderasi hubungan antara social influence dan adopsi teknologi, khususnya keberagaman budaya. UEA merupakan negara dengan tingkat homogenitas sosial yang relatif tinggi serta regulasi yang kuat, sehingga keputusan adopsi teknologi cenderung didorong oleh aspek institusional dan efisiensi sistem. Sebaliknya, India merupakan negara dengan keragaman budaya, bahasa, agama, dan nilai-nilai lokal yang sangat tinggi. Dalam konteks seperti ini, pengaruh komunitas, tokoh masyarakat, dan rekomendasi dari orang terdekat memiliki peran besar dalam membentuk sikap dan niat terhadap teknologi keuangan digital (Chauhan, V., & Sastri 2020).

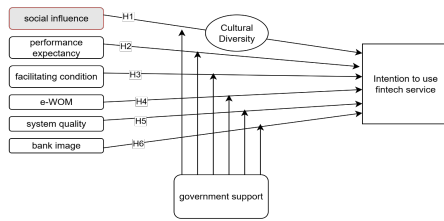
Hasan, M., & Perumal (2024) dalam penelitiannya di India menyoroti bahwa aspek sosial dan budaya memainkan peran krusial dalam mempengaruhi tingkat adopsi layanan FinTech. Tantangan utama yang diidentifikasi mencakup keberagaman

bahasa dan ketimpangan literasi digital, yang menyulitkan penetrasi layanan ke seluruh lapisan masyarakat. Selain itu, preferensi terhadap interaksi langsung, rendahnya tingkat kepercayaan terhadap platform digital, serta kekhawatiran mengenai perlindungan data pribadi turut menjadi penghalang signifikan. Untuk mengatasi hal ini, strategi yang disesuaikan secara lokal diperlukan, seperti penyediaan layanan dalam bahasa lokal, peningkatan edukasi finansial, dan kerja sama dengan tokoh masyarakat guna membangun kepercayaan dan mendorong adopsi FinTech dalam masyarakat yang multikultural.

Kolaborasi antara teori TOE dan UTAUT dengan pemahaman budaya lokal dapat menghasilkan strategi adopsi FinTech yang lebih menyeluruh. Jika TOE-UTAUT berfokus pada faktor teknologi dan organisasi, maka aspek budaya memberikan wawasan mengenai pengaruh nilai-nilai, norma sosial, dan kepercayaan masyarakat terhadap penerimaan teknologi (Bouteraa, M., Chekima, B., Thurasamy, R., Bin-Nashwan, S. A., Al-Daihani, M., Baddou, A., Sadallah, M., & Ansar 2024; Hasan, M., & Perumal 2024). Di

negara berkembang seperti India, tingkat adopsi sangat dipengaruhi oleh pendekatan yang berorientasi pada komunitas, penyesuaian dengan budaya setempat, serta komunikasi yang sesuai secara sosial. Dengan demikian, perusahaan FinTech perlu merancang strategi yang tidak hanya menonjolkan kecanggihan teknologi, tetapi juga membangun kepercayaan dan kesesuaian budaya dengan masyarakat yang dituju.

Penelitian ini menonjolkan perhatian pada peran keragaman budaya dalam memoderasi hubungan antara pengaruh sosial dan adopsi layanan FinTech. Dengan memasukkan dimensi budaya sebagai variabel mediasi, studi ini berupaya mengidentifikasi lebih dalam berbagai faktor yang dapat mendorong atau menghambat penerimaan FinTech dalam masyarakat yang multikultural. Lebih jauh, riset ini turut memberikan kontribusi dalam mengisi celah dalam kajian sebelumnya serta menghadirkan perspektif baru mengenai bagaimana budaya membentuk dinamika sosial yang mempengaruhi adopsi teknologi, terutama di negara berkembang yang kaya akan keberagaman budaya.



Berdasarkan kerangka penelitian ini, terdapat enam variabel utama yang diduga mempengaruhi Intention to Use FinTech Service secara tidak langsung melalui Cultural Diversity sebagai variabel mediator. Keenam variabel tersebut mencakup Social Influence, Performance Expectancy, Facilitating Condition, e-WOM, System Quality, dan Bank Image.

Tabel 1 Variabel Mediator Cultural Diversity

No	Kode Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	Jenis Hubungan
1	H1	Social Influence → Cultural Diversity → Intention to Use FinTech Service	Pengaruh Mediasi
2	H2	Performance Expectancy → Cultural Diversity → Intention to Use FinTech Service	Pengaruh Mediasi
3	H3	Facilitating Condition → Cultural Diversity → Intention to Use FinTech Service	Pengaruh Mediasi
4	H4	e-WOM → Cultural	Pengaruh Mediasi

		Diversity → Intention to Use FinTech Service	
5	H5	System Quality → Cultural Diversity → Intention to Use FinTech Service	Pengaruh Mediasi
6	H6	Bank Image → Cultural Diversity → Intention to Use FinTech Service	Pengaruh Mediasi
7	H7	Government Support memoderasi pengaruh Social Influence → Cultural Diversity	Moderasi
8	H8	Government Support memoderasi pengaruh Performance Expectancy → Cultural Diversity	Moderasi
9	H9	Government Support memoderasi pengaruh Facilitating Condition → Cultural Diversity	Moderasi
10	H10	Government Support memoderasi pengaruh e-WOM → Cultural Diversity	Moderasi
11	H11	Government Support memoderasi	Moderasi

		pengaruh System Quality → Cultural Diversity	
12	H12	Government Support memoderasi pengaruh Bank Image → Cultural Diversity	Moderasi

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang difokuskan pada analisis data survey untuk meninjau sejumlah faktor yang mempengaruhi adopsi layanan FinTech, meliputi aspek individu, sosial, budaya, dan teknologi. Berbeda dari studi eksploratif sebelumnya yang menggunakan metode kualitatif, penelitian ini secara langsung mengaplikasikan analisis kuantitatif berdasarkan instrumen survei yang telah dikembangkan dalam studi sebelumnya.

Survei kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara daring kepada konsumen pengguna layanan FinTech. Skala pengukuran dalam kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin, dan item-item disusun berdasarkan konstruk dari model UTAUT dan TOE serta penyesuaian berdasarkan konteks sosial-budaya

seperti yang ditunjukkan dalam penelitian Hasan, M., & Perumal (2024). Survei ini menysasar responden dari berbagai latar belakang sosial, budaya, dan tingkat literasi digital untuk menangkap variasi dalam pola adopsi. Seperti yang terlihat pada table 1, detail pertanyaan kuisisioner untuk masing-masing variable. Data dianalisis menggunakan pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antar variabel dan kekuatan model prediksi.

Tabel 2 Latent Construct

No	Variabel	Item Pertanyaan
1	Performanc e Expectancy	1. Layanan FinTech membantu saya menyelesaikan transaksi lebih cepat. 2. Menggunakan FinTech meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan saya. 3. Layanan FinTech memudahkan saya mencapai tujuan finansial saya. 4. Saya merasa FinTech meningkatkan produktivitas saya dalam aktivitas keuangan.
2	Social Influence	1. Orang-orang terdekat saya mendukung saya untuk menggunakan FinTech. 2. Saya menggunakan FinTech karena orang-orang di sekitar saya menggunakannya. 3. Rekomendasi orang lain mempengaruhi keputusan saya menggunakan FinTech. 4. Saya merasa

		penggunaan FinTech menjadi norma dalam lingkungan saya.
3	Facilitating Conditions	1. Saya memiliki perangkat yang memadai untuk menggunakan FinTech. 2. Saya memiliki akses internet yang cukup untuk menggunakan FinTech. 3. Saya paham cara menggunakan aplikasi FinTech. 4. Saya bisa mendapatkan bantuan jika mengalami masalah saat menggunakan FinTech.
4	e-WOM (Electronic Word-of-Mouth)	1. Saya sering melihat ulasan positif tentang FinTech di media sosial. 2. Saya sering membaca pengalaman pengguna lain tentang FinTech di internet. 3. Komentar positif pengguna lain meningkatkan minat saya menggunakan FinTech. 4. Saya percaya rekomendasi online tentang aplikasi FinTech.
5	System Quality	1. Aplikasi FinTech mudah digunakan. 2. Aplikasi FinTech memiliki tampilan yang menarik dan mudah dipahami. 3. Aplikasi FinTech jarang mengalami gangguan atau error. 4. Proses transaksi di aplikasi FinTech berjalan lancar. 5. Aplikasi FinTech menyediakan fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya.
6	Bank Image	1. Saya percaya bahwa penyedia FinTech memiliki reputasi yang baik. 2. Saya merasa nyaman menggunakan FinTech dari penyedia terpercaya. 3. Saya merasa penyedia FinTech memiliki niat baik dalam melayani pengguna. 4. Saya percaya FinTech

		yang saya gunakan aman dan terpercaya.
7	Government Support	1. Saya merasa pemerintah mendukung penggunaan FinTech. 2. Peraturan pemerintah membuat saya lebih yakin menggunakan FinTech. 3. Saya percaya bahwa FinTech diawasi oleh lembaga resmi. 4. Pemerintah menyediakan edukasi dan sosialisasi terkait penggunaan FinTech. 5. Adanya regulasi membuat saya merasa aman menggunakan FinTech.
8	Intention to Use FinTech	1. Saya berniat terus menggunakan aplikasi FinTech dalam transaksi keuangan saya. 2. Saya akan merekomendasikan aplikasi FinTech kepada orang lain. 3. Saya akan mencoba fitur-fitur baru dari aplikasi FinTech jika tersedia. 4. Saya berencana menggunakan aplikasi FinTech lebih sering di masa mendatang.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Sebanyak 273 responden berpartisipasi dalam pengisian kuesioner pada penelitian ini. Seluruh item pertanyaan diukur menggunakan skala Likert 5 poin, dengan rentang nilai minimum mulai dari 1 hingga maksimum 5. Secara umum, rata-rata skor pada seluruh item menunjukkan angka di atas 4,00, yang mencerminkan bahwa sebagian besar responden memiliki penilaian yang positif terhadap setiap variabel yang

diteliti. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 51 %, sementara responden perempuan sebesar 49 %. Dari sisi usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 16 hingga 30 tahun sebanyak 63 %, diikuti oleh responden berusia 31 hingga 45 tahun sebesar 28 %, usia 46 hingga 60 tahun sebanyak 6 %, dan sisanya 3 % berusia di atas 60 tahun. Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas responden merupakan lulusan S1 sebanyak 53 %, disusul oleh lulusan SMA sebesar 36 %, lulusan S2 sebanyak 8 %, dan lulusan SMP sebanyak 3 %. Sementara itu, dari sisi penghasilan, sebanyak 34 % responden memiliki penghasilan antara 6 hingga 10 juta rupiah per bulan, 30 % berpenghasilan 3 hingga 4 juta rupiah, 15 % berpenghasilan di bawah 3 juta rupiah, dan sisanya 19 % memiliki penghasilan lebih dari 10 juta rupiah per bulan.

Tabel 3 Descriptive Statistics

Descriptive Statistics					
Indicators	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PE1	273	2	5	4.20	.976
PE2	273	2	5	4.10	.927

PE3	273	1	5	4.13	.902
PE4	273	1	5	4.10	.881
SI1	273	1	5	4.34	.742
SI2	273	1	5	4.40	.822
SI3	273	1	5	4.34	.847
SI4	273	1	5	4.30	.874
FC1	273	2	5	4.18	.903
FC2	273	2	5	4.11	.925
FC3	273	2	5	4.16	.907
FC4	273	2	5	4.26	.900
FC5	273	2	5	4.24	.878
EW OM1	273	2	5	4.16	.929
EW OM2	273	2	5	4.27	.849
EW OM3	273	2	5	4.29	.874
EW OM4	273	2	5	4.24	.907
SQ1	273	2	5	4.26	.864
SQ2	273	2	5	4.23	.877
SQ3	273	1	5	4.16	.942
SQ4	273	2	5	4.31	.891
SQ5	273	1	5	4.21	.915
BI1	273	2	5	4.33	.795
BI2	273	2	5	4.32	.817
BI3	273	2	5	4.32	.806
BI4	273	2	5	4.26	.831
BI5	273	2	5	4.30	.820
GS1	273	2	5	4.28	.834
GS2	273	2	5	4.30	.877
GS3	273	2	5	4.36	.825
GS4	273	1	5	4.18	.945
GS5	273	1	5	4.34	.847

IUFS 1	273	2	5	4.00	.740
IUFS 2	273	2	5	3.62	.772
IUFS 3	273	2	5	3.67	.795
IUFS 4	273	2	5	3.89	.883
Valid N	273				

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, seluruh item yang digunakan dalam penelitian ini memiliki rata-rata skor (mean) di atas 4,00. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum, responden memberikan penilaian yang positif terhadap seluruh variabel yang diteliti. Item dengan skor rata-rata tertinggi terdapat pada SI2 (Social Influence) sebesar 4,40, diikuti oleh GS3 (Government Support) dengan rata-rata 4,36, yang mengindikasikan bahwa pengaruh sosial dan dukungan pemerintah menjadi faktor yang paling dominan dalam mendorong penggunaan layanan FinTech. Di sisi lain, item IUFS2 (Intention to Use FinTech Service) menunjukkan rata-rata terendah sebesar 3,62, menandakan bahwa pada aspek ini, tingkat niat responden untuk menggunakan FinTech cenderung lebih moderat dibandingkan item lainnya.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Diskriminan

Variabel	BI	EWOM	FC	GS	IUFS	PE	SI
BI							
EWOM	0,434						
FC	0,474	0,189					
GS	0,512	0,547	0,325				
IUFS	0,698	0,568	0,469	0,720			
PE	0,486	0,579	0,192	0,450	0,612		
SI	0,460	0,363	0,232	0,508	0,621	0,429	
SQ	0,444	0,313	0,342	0,403	0,630	0,384	0,445

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai heterotrait-monotrait ratio (HTMT) antar variabel nilai $< 0,85$, sehingga dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan sudah terpenuhi (Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt 2022).

Tabel 5 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Variabel	VIF
SI -> IUFS	1,848
PE -> IUFS	1,519
FC -> IUFS	1,301
EWOM -> IUFS	1,563
SQ -> IUFS	1,601
BI -> IUFS	1,734
GS -> IUFS	1,831

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF semua jalur < 3 , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada permasalahan kolineritas dalam model (Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt 2022).

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

	R-square	R-square adjusted
Intention to Use Fintech Service (IUFS)	0,737	0,723

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai R-square adjusted variabel Intention to Use Fintech Service (IUFS) sebesar 0,723, hal tersebut menandakan bahwa variabel Social Influence (SI), Performance Expectancy (PE), Facilitating Conditions (FC), Electronic Word of Mouth (EWOM), System Quality (SQ), Bank Image (BI) dan Government Support (GS) mampu menjelaskan variabel Intention to Use Fintech Service (IUFS) sebesar 72,3% yang mengindikasikan bahwa model berada pada kategori model yang moderate (nilai R-square adjusted $\geq 0,50$ dan $< 0,75$) (Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt 2022).

Tabel 7 Hasil Uji Q Square Predictive Relevance

	Q ² predictive	PLS-SEM RMSE	PLS-SEM MAE	LM_RMSE	LM_MAE
IUF S1	0,511	0,518	0,401	0,548	0,429
IUF S2	0,558	0,514	0,428	0,603	0,507
IUF S3	0,530	0,546	0,427	0,610	0,486
IUF S4	0,454	0,653	0,539	0,744	0,606

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Q square predictive semua indikator variabel Intention to Use Fintech Service (IUFS) > 0 , yang menunjukkan bahwa semua indikator menunjukkan kinerja yang lebih unggul dibandingkan dengan tolok ukur model linier (LM). Berdasarkan tabel di atas juga dapat dilihat bahwa semua nilai PLS SEM RMSE $<$ LM RMSE dan nilai PLS SEM MAE $<$ LM MAE, sehingga dapat disimpulkan bahwa model memiliki daya prediksi tinggi (Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt 2022).

Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis

		Koefisien	Standard Deviation	T Value	P Value	Confidence Intervals		F Square	Kesimpulan
						Batas Bawah	Batas Atas		
Hipotesis Langsung									
H1	SI -> IUFS	0,178	0,056	3,161	0,001	0,084	0,272	0,065	Diterima
H2	PE -> IUFS	0,159	0,038	4,245	0,000	0,097	0,222	0,064	Diterima
H3	FC -> IUFS	0,115	0,037	3,136	0,001	0,060	0,182	0,039	Diterima
H4	EWOM -> IUFS	0,121	0,041	2,935	0,002	0,051	0,187	0,036	Diterima

H5	SQ -> IUFS	0,243	0,048	5,097	0,000	0,167	0,323	0,140	Diterima
H6	BI -> IUFS	0,213	0,040	5,335	0,000	0,144	0,276	0,099	Diterima
Hipotesis Moderasi									
H7	GS x SI -> IUFS	0,040	0,036	1,104	0,135	-0,023	0,094	0,005	Ditolak
H8	GS x PE -> IUFS	0,008	0,032	0,240	0,405	-0,050	0,053	0,0002	Ditolak
H9	GS x FC -> IUFS	0,032	0,048	0,673	0,251	-0,058	0,098	0,002	Ditolak
H10	GS x EWOM -> IUFS	0,061	0,028	2,156	0,016	0,013	0,104	0,015	Diterima
H11	GS x SQ -> IUFS	0,116	0,051	2,298	0,011	0,049	0,216	0,021	Diterima
H12	GS x BI -> IUFS	0,038	0,034	1,105	0,135	-0,015	0,096	0,004	Ditolak

(Hair et al., 2022) (Hair et al., 2019)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis langsung, seluruh variabel independen dalam penelitian ini terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intention to Use FinTech Service (IUFS). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien yang positif serta nilai t-value yang lebih besar dari 1,645 dan p-value di bawah 0,05. Social Influence (H1) berpengaruh positif terhadap IUFS dengan koefisien sebesar 0,178, t-value 3,161, dan p-value 0,001 (Bin-Nashwan 2022; Chekima, B., Chekima, F. Z., & Adis 2020; Rahim, N. F., Bakri, M. H., Fianto, B. A., Zainal, N., & Shami 2022; Yeh, H. C., Yu, M. C., Liu, C. H., & Huang 2022).

Selain itu, nilai f-square sebesar 0,065 menunjukkan kontribusi kecil terhadap perubahan R Square, seperti tercantum dalam tabel. Demikian pula, Performance Expectancy (H2) menunjukkan pengaruh positif signifikan dengan koefisien 0,159, t-value 4,245, p-value 0,000, (Alabdullah 2020; Karjaluoto, H., Shaikh, A. A., Leppäniemi, M., & Luomala 2019) dan f-square 0,064 yang juga termasuk dalam kategori kontribusi kecil.

Facilitating Conditions (H3) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap IUFS (Bin-Nashwan 2022; Chekima, B., Chekima, F. Z., & Adis 2020; Rahim, N. F., Bakri, M. H.,

Fianto, B. A., Zainal, N., & Shami 2022; Yeh, H. C., Yu, M. C., Liu, C. H., & Huang 2022) dengan koefisien 0,115, t-value 3,136, dan p-value 0,001, serta f-square 0,039 yang menunjukkan kontribusi kecil. Selanjutnya, e-WOM (H4) menunjukkan pengaruh positif (Bloomberg. 2023; Mason 2023; Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen 2023) dengan koefisien 0,121, t-value 2,935, p-value 0,002, dan f-square 0,036, yang juga termasuk kategori pengaruh kecil. System Quality (H5) menjadi variabel dengan pengaruh paling kuat dalam penelitian ini (Albashrawi, M., & Yu 2020; Anggreni, N. M. M., Ariyanto, D., Suprasto, H. B., & Dwirandra 2020; Budiarti, Sensuse, D. I., Santoso, H. B., Hidayat, D. S., & Purwaningsih 2024; Zhang, Z., Cao, T., Shu, J., & Liu 2020), ditunjukkan oleh koefisien 0,243, t-value 5,097, p-value 0,000, dan f-square 0,140 yang masih masuk kategori kontribusi kecil, namun mendekati batas kontribusi sedang. Adapun Bank Image (H6) berpengaruh positif signifikan terhadap IUFS (Ikhsan, R. B., & Simarmata 2021; Stravinskienė, J., Matulevičienė, M., & Hopenienė 2021) koefisien 0,213, t-value 5,335, p-value

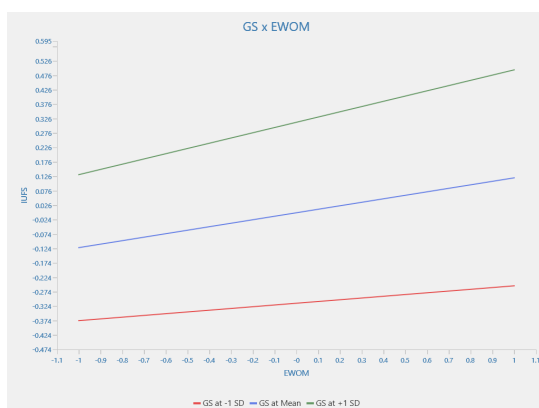
0,000, dan f-square 0,099, yang juga menunjukkan kontribusi kecil.

Pada pengujian hipotesis moderasi, sebagian besar interaksi antara Government Support (GS) dengan variabel independen tidak signifikan. Interaksi GS × Social Influence (H7), GS × Performance Expectancy (H8), GS × Facilitating Conditions (H9), serta GS × Bank Image (H12) seluruhnya menunjukkan nilai t-value di bawah 1,645 dan p-value di atas 0,05, sehingga hipotesis moderasi ini ditolak, seperti tercantum dalam tabel. Nilai f-square untuk keempat interaksi tersebut juga sangat kecil, antara 0,0002 hingga 0,005, menandakan kontribusi yang tidak berarti terhadap perubahan R Square.

Namun demikian, dua hipotesis moderasi lainnya terbukti signifikan. Interaksi GS × e-WOM (H10) berpengaruh positif (Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang 2019; Kreydenko, T., Bogdanova, J., & Prozorov 2020; Stone, J., Ashmore, D., Legacy, C., & Curtis 2020) dengan koefisien 0,061, t-value 2,156, p-value 0,016, serta f-square 0,015 yang termasuk dalam kategori kontribusi sedang. Interaksi GS × System Quality (H11) juga menunjukkan

pengaruh positif signifikan dengan koefisien 0,116, t-value 2,298, p-value 0,011, serta f-square 0,021 yang tergolong kontribusi sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa dukungan pemerintah mampu memperkuat pengaruh e-WOM dan System Quality terhadap niat penggunaan FinTech secara signifikan.

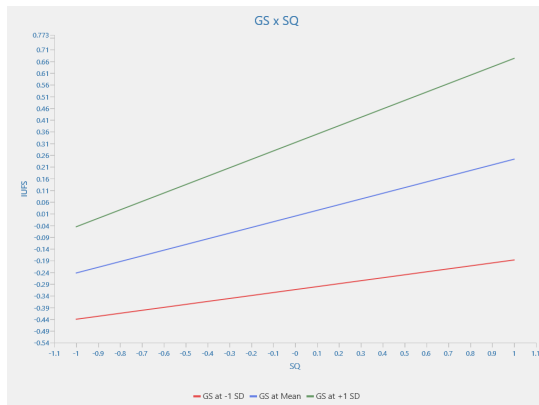
Secara keseluruhan, hasil pengujian ini menegaskan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat penggunaan FinTech. Meskipun sebagian besar efek moderasi dukungan pemerintah tidak signifikan, terdapat penguatan pengaruh pada hubungan e-WOM dan System Quality dengan niat penggunaan FinTech, sebagaimana ditampilkan dalam tabel hasil pengujian.



Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien jalur antara Electronic Word of Mouth (e-WOM)

dan Intention to Use FinTech Service (IUFS) bernilai positif sebesar 0,121. Ini berarti, ketika variabel Government Support (GS) berada pada tingkat rata-rata, pengaruh e-WOM terhadap niat penggunaan layanan FinTech sebesar 0,121. Selain itu, koefisien interaksi antara Government Support dan e-WOM ($GS \times e-WOM$) terhadap IUFS tercatat sebesar 0,061. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu standar deviasi pada Government Support akan memperkuat pengaruh e-WOM terhadap IUFS sebesar 0,061, sehingga total pengaruhnya menjadi 0,182 (hasil penjumlahan 0,121 dan 0,061). Sebaliknya, jika Government Support menurun satu standar deviasi, maka pengaruh e-WOM terhadap IUFS akan berkurang sebesar 0,061, sehingga total pengaruhnya turun menjadi 0,060 (hasil pengurangan 0,121 dan 0,061). Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa semakin besar dukungan pemerintah, maka pengaruh e-WOM terhadap niat penggunaan FinTech juga akan semakin kuat (Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang 2019; Kreydenko, T., Bogdanova, J., & Prozorov 2020; Stone, J., Ashmore, D., Legacy, C., &

Curtis 2020). Sebaliknya, jika dukungan pemerintah menurun, maka pengaruh e-WOM terhadap niat penggunaan FinTech pun akan ikut menurun (Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt 2022).



Koefisien jalur antara System Quality (SQ) dan Intention to Use FinTech Service (IUFS) menunjukkan nilai positif sebesar 0,243. Ini mengindikasikan bahwa, pada kondisi rata-rata variabel Government Support (GS), pengaruh System Quality terhadap niat penggunaan layanan FinTech tercatat sebesar 0,243. Sementara itu, nilai koefisien interaksi antara Government Support dan System Quality ($GS \times SQ$) terhadap IUFS juga bernilai positif, yaitu sebesar 0,116. Artinya, jika terdapat peningkatan satu standar deviasi pada Government Support, maka pengaruh System Quality terhadap IUFS akan meningkat sebesar 0,116, sehingga total

pengaruhnya menjadi 0,359 (hasil penjumlahan 0,243 dan 0,116). Sebaliknya, apabila Government Support menurun sebesar satu standar deviasi, maka pengaruh System Quality terhadap IUFS akan berkurang sebesar 0,116, sehingga total pengaruhnya menjadi 0,127 (hasil pengurangan 0,243 dan 0,116). Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa peningkatan dukungan pemerintah akan memperkuat pengaruh System Quality terhadap niat penggunaan FinTech (Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang 2019; Kreydenko, T., Bogdanova, J., & Prozorov 2020; Stone, J., Ashmore, D., Legacy, C., & Curtis 2020). Sebaliknya, jika dukungan pemerintah menurun, maka pengaruh System Quality terhadap niat penggunaan FinTech juga akan melemah (Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt 2022).

D. Kesimpulan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Intention to Use FinTech Service (IUFS). Social Influence (SI) menunjukkan pengaruh positif terhadap IUFS, yang berarti

dorongan sosial dari orang-orang di sekitar, seperti keluarga dan teman, memengaruhi individu untuk menggunakan layanan FinTech. Hasil ini selaras dengan teori UTAUT, yang menegaskan bahwa pengaruh sosial menjadi salah satu faktor kunci dalam penerimaan teknologi, terutama di masyarakat yang bersifat kolektif.

Performance Expectancy (PE) juga terbukti berpengaruh signifikan, menandakan bahwa semakin tinggi ekspektasi seseorang terhadap manfaat FinTech, seperti kemudahan dalam transaksi dan efisiensi pengelolaan keuangan, maka semakin besar pula niat individu untuk memanfaatkannya. Temuan ini konsisten dengan teori UTAUT dan studi-studi sebelumnya yang menyebutkan bahwa persepsi terhadap manfaat teknologi berperan penting dalam mendorong adopsi.

Facilitating Conditions (FC) berpengaruh secara positif terhadap IUFS, menunjukkan bahwa tersedianya sarana pendukung seperti perangkat teknologi dan akses internet yang memadai dapat mendorong seseorang untuk menggunakan FinTech. Selanjutnya, Electronic Word of Mouth (e-WOM) juga menunjukkan pengaruh positif,

yang berarti ulasan atau testimoni positif di media sosial maupun internet mampu meningkatkan minat individu untuk memanfaatkan layanan FinTech.

System Quality (SQ) tercatat sebagai variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap IUFS. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas sistem—dalam hal kemudahan penggunaan, keamanan, dan keandalan—merupakan aspek utama yang diperhatikan pengguna dalam menentukan keputusan menggunakan layanan FinTech. Selain itu, Bank Image (BI) juga berpengaruh positif secara signifikan, menunjukkan bahwa reputasi dan citra baik dari penyedia layanan FinTech mampu mendorong kepercayaan serta niat pengguna untuk memanfaatkan layanan tersebut.

Hasil pengujian efek moderasi menunjukkan bahwa sebagian besar interaksi antara Government Support (GS) dan variabel independen tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Hanya dua interaksi yang menunjukkan hasil signifikan, yakni antara GS dengan e-WOM serta GS dengan System Quality.

Interaksi antara GS dan e-WOM menunjukkan bahwa adanya dukungan pemerintah dapat memperkuat pengaruh e-WOM terhadap niat penggunaan FinTech. Artinya, peran pemerintah melalui regulasi dan sosialisasi dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang tersebar secara digital, sehingga mendorong peningkatan minat dalam menggunakan layanan FinTech.

Demikian pula, interaksi antara GS dan System Quality menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa dukungan pemerintah dapat memperkuat pengaruh kualitas sistem terhadap niat penggunaan FinTech. Ketika regulasi pemerintah diterapkan secara optimal dan pengawasan sistem berjalan baik, maka tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas sistem FinTech akan semakin tinggi.

Sementara itu, pada interaksi GS dengan variabel lain seperti Social Influence, Performance Expectancy, Facilitating Conditions, dan Bank Image, tidak ditemukan efek moderasi yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa dukungan pemerintah tidak selalu mampu

memperkuat semua hubungan antar variabel, terutama pada aspek-aspek yang lebih bersifat pribadi atau sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2022. "A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)." *SAGE Publications*.
- Kreydenko, T., Bogdanova, J., & Prozorov, D. 2020. "Global Competitiveness of High-Tech Companies: Factors, Barriers, Government Support." *In Post-Industrial Society*: 161–180.
- Stone, J., Ashmore, D., Legacy, C., & Curtis, C. 2020. "Challenges for Government as Facilitator and Umpire of Innovation in Urban Transport: The View from Australia." *In Shaping Smart Mobility Futures: Governance and Policy Instruments in Times of Sustainability Transitions*, , 105–118.

Artikel in Press :

- (OJK), Otoritas Jasa Keuangan. 2024. "Fintech Industry Assessment 2024."
- Alabdullah, J. H. 2020. "Predictors of Dental Students' Behavioral Intention Use of Teledentistry: An Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model." Old Dominion University ProQuest.
- Albashrawi, M., & Yu, J. 2020. "Usage

- Behavior of M-Banking: An Analytical Perspective.”
- Bloomberg. 2023. “Monzo COO on Fintech and Online Banking in Europe. Bloomberg Technology.” <https://www.bloomberg.com/news/videos/2023-10-24/monzo-coo-on-fintech-and-online-banking-in-europe>.
- Mason, E. 2023. “The Future of Payments: Fintech 50 2023.” Forbes. <https://www.forbes.com/sites/emilymason/2023/06/06/the-future-of-payments-fintech-50-2023/>.
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. 2023. Reuters Reuters Institute Digital News Report 2023. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf.
- Jurnal :**
- Anggreni, N. M. M., Ariyanto, D., Suprasto, H. B., & Dwirandra, A. A. N. B. 2020. “Successful Adoption of the Village’s Financial System. Accounting.” 6: 1129–1138.
- Bin-Nashwan, S. A. 2022. “Toward Diffusion of E-Zakat Initiatives amid the COVID-19 Crisis and beyond. Foresight.” 24(2): 141–158.
- Bouteraa, M., Chekima, B., Thurasamy, R., Bin-Nashwan, S. A., Al-Daihani, M., Baddou, A., Sadallah, M., & Ansar, R. 2024. “Open Innovation in the Financial Sector: A Mixed-Methods Approach to Assess Bankers’ Willingness to Embrace Open-AI ChatGPT.” *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 10(1): 1–13.
- Budiarti, Sensuse, D. I., Santoso, H. B., Hidayat, D. S., & Purwaningsih, E. H. 2024. “Investigating The Drivers and Barriers to Mooc Adoption by Course and Training Institutions.” *Eduvest: Journal Of Universal Studies* 4(7): 5818.
- Chauhan, V., & Sastri, S. 2020. “The Role of Social Influence in Fintech Adoption: A Study of Indian Consumers.” *Journal of Financial Services Marketing* 25(3): 84–95.
- Chekima, B., Chekima, F. Z., & Adis, A. A. A. 2020. “Social Media Influencer in Advertising: The Role of Attractiveness, Expertise and Trustworthiness.” *Journal of Economics and Business* 3(4): 1507–1515.
- Hasan, M., & Perumal, E. 2024. “Role of Cultural Diversity and Social Influence in Fintech Adoption: India.” *Journal of Informatics Education and Research* 4(3): 714–720.
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. 2019. “Adoption Intention of Fintech Services for Bank Users: An Empirical Examination with an Extended Technology Acceptance Model.” *Symmetry* 11(3): 340.
- Ikhsan, R. B., & Simarmata, J. 2021. “SST-Servqual and Customer Outcomes in Service Industry: Mediating the Rule of Corporate Reputation.” *Management Science Letters* 11(2): 561–576.

- Karjaluoto, H., Shaikh, A. A., Leppäniemi, M., & Luomala, R. 2019. "Examining Consumers' Usage Intention of Contactless Payment Systems." *International Journal of Bank Marketing* 38(2): 332–351.
- Rahim, N. F., Bakri, M. H., Fianto, B. A., Zainal, N., & Shami, S. A. H. A. 2022. "Measurement and Structural Modelling on Factors of Islamic Fintech Adoption among Millennials in Malaysia." *Journal of Islamic Marketing* 14(6): 1463–1487.
- Stravinskienė, J., Matulevičienė, M., & Hopenienė, R. 2021. "Impact of Corporate Reputation Dimensions on Consumer Trust." *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics* 32(2): 177–192.
- Yeh, H. C., Yu, M. C., Liu, C. H., & Huang, C. I. 2022. "Robo-Advisor Based on Unified Theory of Acceptance and Use of Technology." *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 35(4): 962–979.
- Zhang, Z., Cao, T., Shu, J., & Liu, H. 2020. "Identifying Key Factors Affecting College Students' Adoption of the e-Learning System in Mandatory Blended Learning Environments." *Interactive Learning Environments* 30(8): 1388–1401.
- Hodgson, J., & Weil, J. (2011). Commentary: how individual and profession-level factors influence discussion of disability in prenatal genetic counseling. *Journal of Genetic Counseling*, 1-3.
- Fariq, A. (2011). Perkembangan dunia konseling memasuki era globalisasi. *Pedagogi*, II Nov 2011(Universitas Negeri Padang), 255-262.