



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
INDIVIDU TERHADAP *FINANCIAL TECHNOLOGY*  
(FINTECH) SYARIAH (PAYTREN) SEBAGAI SALAH SATU  
ALAT TRANSAKSI PEMBAYARAN  
(Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory  
of Planned Behavior* (TPB))**

Siti Nur Annisa Amalia

Email : [annisaamalia511@gmail.com](mailto:annisaamalia511@gmail.com)

No Hp :085743843748

**Abstrak**

Penelitian tesis ini membahas tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Minat (*Intention to Use*) dalam menggunakan Aplikasi PayTen sebagai alat pembayaran elektronik. Penelitian ini menggunakan integrasi teori yaitu *Theory Acceptance Model* (TAM), *Theory Planed Behavior* (TPB). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat seorang konsumen dalam menggunakan aplikasi PayTren sebagai alat transaksi ataupun pembayaran elektronik dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) *Theory Planed Behavior* (TPB).

Penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif dan eksploratif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner online menggunakan *google form* dan disebar ke komunitas/ pengguna Paytren. Dalam pengujian Hipotesis ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk membuktikan dan mengevaluasi pengaruh hipotesis penelitian. Sebanyak 199 sampel diambil dan dianalisis dengan menggunakan *Software Smart PLS* versi 3.2.7.

Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa minat dalam menggunakan aplikasi Paytren sebagai alat transaksi pembayaran dipengaruhi oleh Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) dan Sikap (*Attitude*). Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Persepsi Manfaat (PU) dengan besar kontribusi sebesar 64,4%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kemudahan aplikasi paytren maka semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kegunaan paytren Pengaruh SN(*subjective Norm*) terhadap persepsi manfaat (PU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel PU dengan besar pengaruh 9,7%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi norma subjektif terhadap aplikasi paytren maka semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kegunaan paytren, bisa dikatakan Norma *subjective* baik interpersonal maupun pengaruh lingkungan, ataupun opini-opini dari tokoh tertentu akan dapat membentuk persepsi manfaat dari sebuah



produk. Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel sikap konsumen dalam menggunakan Paytren (*Attitude*). Sama halnya dengan Persepsi Manfaat (PU) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap (*Attitude*) dengan besar kontribusi sebesar 35,1%.

**Kata Kunci :** *Theory Acceptance Model (TAM), Theory Planned Behavior (TPB), Structural Equation Modeling (SEM), Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness), Sikap (Attitude)*

---

## A. Pendahuluan

Maraknya transaksi pembayaran non tunai pada masa sekarang membuat masyarakat cenderung beralih dari transaksi manual yang menggunakan uang tunai ke transaksi elektronik. Bank Indonesia sendiri bersama dengan instansi terkait dan pelaku system pembayaran Indonesia telah mencenangkan gerakan nasional pada 14 Agustus 2014. Gerakan tersebut dinamakan Gerakan Nasional Non Tunai (GNGT) yang bertujuan untuk mendorong masyarakat untuk mengurangi transaksi menggunakan uang tunai (*less cash society*). Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi berhasil merubah pola hidup dan system pembayaran transaksi ekonomi di dalam masyarakat. Secara tidak langsung kemajuan teknologi dalam system pembayaran secara bertahap mampu menggeser uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien.

Teknologi informasi selalu berkembang dan memiliki pertumbuhan yang sangat pesat. Internet pun telah menjadi alat komunikasi online yang sangat penting bagi banyak orang dewasa

ini. Saat ini masyarakat cenderung lebih suka terhadap segala sesuatu yang praktis, lebih cepat, dan fleksibel. Layanan jejaring sosial pun telah menjadi konsep yang sederhana dan perilaku dari konsumen lainnya<sup>1</sup>. Oetomo menyatakan dalam perkembangan dan jumlah internet di Indonesia pada tahun 2007, terdapat sekitar 25 juta orang Indonesia menggunakan internet. Rata-rata tumbuh lebih dari tiga juta pengguna internet setiap tahun dalam 10 tahun terakhir. Kemajuan teknologi yang berlangsung sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk melakukan praktek pemasaran dan bisnis yang baru. Internet, sebagai bagian dari kemajuan teknologi, secara dramatis telah membentuk ulang pasar dan bisnis. Konsumen di seluruh dunia ter-*exposed* akan cara hidup dan konsumsi baru dan menginginkan banyak dari hal-hal yang mereka lihat. Bisnis pun mulai mengadopsi internet sehingga mendukung terciptanya sistem *e-commerce, e-marketing, eeducation*. dan

---

<sup>1</sup>Walker, Rhett H., Dan Lester W. Johnson. 2006. Why Consumer Use And Do Not Use Technology-Enabled. *Journal Of Service Marketing*. Vol. 20, No. 2, Pp. 125-135.



sebagainya.<sup>2</sup>Perkembangan bisnis di era Abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Dimana salah satu contoh perubahan tersebut yaitu dalam hal perubahan teknologi dan gaya hidup (*life style*), teknologi dan keuangan dimana hal ini tak lepas dari pengaruh globalisasi yang kini terjadi. Sistem pembayaran kini dapat diwujudkan hanya dengan sekali menekan tombol dan mereka bisa transaksi dimanapun dan kapan pun dalam menyelenggarakan aktifitas bisnisnya.

Perkembangan teknologi keuangan (*fintech*) mulai *booming* pada tahun 2015 dan berkembang semakin pesat pada tahun 2016. Jumlah *fintech* di Indonesia sampai dengan tahun 2016 mencapai 142 perusahaan dengan nilai transaksi sepanjang tahun 2016 sebanyak Rp 199 triliun.<sup>3</sup>

Pesatnya perkembangan *fintech* menjadi perhatian bagi Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), perkembangan ini didasari oleh kebutuhan manusia pada kehidupan yang modern dan praktis. Sistem transaksi online lebih disukai dari pada sistem manual karena memudahkan pengguna dalam mengakses dan melakukan transaksi produk-produk keuangan. Menurut OJK data menunjukkan proposi terbesar pada fitur FinTech di Indonesia adalah Pembayaran (42,22%), Pinjaman

(17,78%), aggregator (12,59%), serta sisanya merupakan fitur lain. Hal ini mengindikasikan bahwa aplikasi pembayaran FinTech merupakan fitur yang paling banyak digunakan dan digemari oleh Masyarakat.

Oleh karena itu, perkembangan penggunaan alat pembayaran non tunai mendapat perhatian yang serius dari Bank Indonesia mengingat perkembangan pembayaran non tunai diharapkan dapat mengurangi beban penggunaan uang tunai dan semakin meningkatkan efisiensi perekonomian dalam masyarakat. Meskipun dari sisi teknologi alternatif penggunaan instrumen pembayaran non tunai sangat *feasible* untuk menggantikan uang tunai namun demikian aspek psikologis, keamanan, kenyamanan dan kepercayaan masyarakat terhadap uang kas kemungkinan besar tetap merupakan hambatan yang masih harus dihadapi dalam pengembangan instrumen pembayaran non tunai.

Paytren merupakan produk bisnis dari PT. Veritra Sentosa Internasional milik Ustadz Yusuf Mansyur yang sebetulnya telah didirikan sejak tahun 2013. Paytren, yang kini ramai diperbincangkan kehalalannya, adalah sebuah aplikasi perangkat lunak atau software yang diperuntukkan bagi pengguna HP dengan sistem operasi Android (minimal Ice Cream Sandwich). Teknologi Paytren ini biasa digunakan untuk melakukan berbagai transaksi layaknya menggunakan ATM, internet banking, ataupun PPOB (*Payment Point Online Bank*) dalam proses pembayaran tagihan, pembelian tiket, pengisian pulsa,

<sup>2</sup>Oetomo, Budi Sutedjo Dharma. "*Perspektif E-Business: Tinjauan Teknis, Manajerial, Dan Strategi*", Penerbit Andi Yogyakarta, 2001 Hlm. 3

<sup>3</sup><https://www.finansialku.com/perkembangan-fintech-di-indonesia/> Diakses 24/10/17



dan lainnya. Memandang visi dan misi Paytren yang diantaranya membantu pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, sangat sesuai dengan ajaran Islam, dan tentu bernilai positif. Hal ini sangat perlu diapresiasi dan didukung serta dijadikan contoh bagi pengusaha-pengusaha muslim untuk bersama-sama membangun perkembangan ekonomi yang lebih memihak kepada kemaslahatan umat, bukan kepentingan golongan tertentu (kapitalis).<sup>4</sup>

Layanan *financial technology* (*fintech*) berbasis syariah memiliki potensi yang besar karena lebih dari 85% penduduk Indonesia adalah muslim. Faktanya, jumlah *sharia fintech* di Indonesia masih sangat sedikit. *Fintech* didominasi oleh bisnis keuangan konvensional. Dalam perkembangannya, sistem pembayaran non tunai sangat dipengaruhi oleh kemajuan perkembangan teknologi dan perubahan polah hidup masyarakat. Saat ini perkembangan instrumen pembayaran non tunai berjalan sangat pesat seiring dengan perkembangan teknologi sistem pembayaran yang pada akhir-akhir ini telah membawa dampak yang besar terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam sistem pembayaran tersebut. Dengan dukungan teknologi yang semakin maju, masyarakat pengguna maupun penyedia jasa sistem pembayaran non tunai secara terus menerus mencari alternatif instrumen pembayaran non tunai yang lebih efisien dan aman.

PayTren dikenal oleh publik sekitar tahun 2015 Paytren sebagai salah satu *Fintech* berbasis Syariah yang mana bisnis yang berdiri pada jalur sektor keuangan yang melibatkan banyak orang dengan uang yang tidak sedikit jumlahnya. Paytren kini menjadi salah satu aplikasi pembayaran syariah yang telah mendapatkan sertifikat syariah dari DSN Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sesuai dengan konsep Paytren yang Islami dan mengedepankan prinsip syariah, maka *fintech* Paytren bukan semata-mata untuk mencari keuntungan saja. Melainkan juga sebagai media untuk saling membantu dengan upaya meningkatkan kesejahteraan maupun melalui program sedekah. Dalam hal ini Paytren hadir sebagai fasilitator jasa pembayaran elektronik dan juga remitansi lintas negara. Adapun tujuan dari adanya *Fintech* Paytren adalah untuk memudahkan para mitranya dalam mengakses produk-produk keuangan, meningkatkan literasi keuangan serta yang terpenting adalah mempermudah transaksi.

Di Indonesia sendiri *fintech* memiliki beberapa jenis yaitu startup pembayaran, peminjaman, investasi ritel, perencanaan keuangan, remitansi, pembiayaan, dan juga riset keuangan.<sup>5</sup> Indonesia masih tertinggal untuk *startup sharia fintech*. Tetapi, sejak tahun 2015 mulai bermunculan *sharia fintech* di Indonesia diantaranya adalah Paytren dan SyarQ. Paytren merupakan *sharia fintech* lokal terbesar yang ada

---

<sup>4</sup><https://Lirboyo.Net/Paytren-Dalam-Kacamata-Syariat/> Diakses Pada 25/10/2017

---

<sup>5</sup><http://PaytrenServices.Com/2017/05/21/Fintech-Paytren/> Diakses Pada 25/10/2017



di Indonesia yang mengedepankan prinsip syariah. Tujuan Paytren adalah memudahkan mitranya mengakses produk-produk keuangan, meningkatkan literasi keuangan, dan mempermudah transaksi. Berdasarkan data penjualan aplikasi PayTren, selama 2 dekade belum begitu berkembang dengan masih terjadinya fluktuasi penjualan.

Data Penjualan Aplikasi PayTren

Tabel 1

Tahun	Total Penjualan Apps PayTren
2013	157.058
2014	325.566
2015	117.479

Sumber : PT. Veritra Sentosa Internasional (2016)

Dari data tersebut, terlihat penjualan PayTren ini pada tahun 2013 hingga pertengahan tahun 2014 mengalami peningkatan tajam. Setelah hal itu, terjadi angka penjualan yang menurun drastis. Permasalahan yang menyebabkan penurunan tingkat penjualan aplikasi ini adalah kemungkinan server aplikasi mengalami penurunan kinerja dikarenakan meningkatnya pengguna yang tidak dapat terbendung. Hal ini mengakibatkan perusahaan berusaha memperbaiki dan penyempunaan pada server berkapasitas besar. Proses ini membutuhkan waktu yang cukup lama, sehingga tingkat kepercayaan pengguna menurun, tidak dirasakannya kegunaan produk dan ketidaknyamanan bertransaksi yang menimbulkan adanya resiko dalam merekomendasikan produk

ke pihak lain, sehingga daya intensi untuk bertransaksi dengan PayTren ini juga melemah. Kemudian awal tahun 2015, fitur – fitur transaksi PayTren ini telah siap dimanfaatkan kembali untuk kemudahan dan kenyamanan komunitas perusahaan ini bertransaksi. Meskipun penjualan tidak sekuat sebelumnya, namun penjualan aplikasi ini ada mengalami peningkatan yang masih lemah.

Dengan mencari dan meneliti fenomena *fintech syariah* (PayTren) yang menjadi salah satu alat transaksi yang ada di Indonesia yang perkembangannya semakin hari terus berkembang dan semakin canggih yang. Membuat apa yang diperlukan atau dicari dapat dihasilkan secara cepat dan mudah. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan Financial Technology yang semakin berkembang pesat di Indonesia salah satunya Paytren dengan Judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology (Fintech) Syariah (Paytren) Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran (Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB)**

**B. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu (konsumen) terhadap penggunaan Aplikasi Paytren sebagai alat pembayaran elektronik. penelitian ini juga dapat menambah pengetahuan terhadap teori-



teori baru dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi ataupun referensi kepada masyarakat/mitra yang sudah ataupun akan bergabung, serta dapat menjelaskan faktor-faktor yang menjadi keputusan dari mitra PayTren dalam menggunakannya sebagai alat transaksi keuangan.

## C. Kerangka Teori

### 1. PayTren

PayTren adalah aplikasi transaksi mobile untuk berbagai jenis pembayaran dan pembelian yang memberikan berbagai manfaat dan keuntungan dari setiap bertransaksi. Sistem PayTren dirancang dengan mengutamakan layanan kemudahan, keamanan dan kenyamanan untuk para penggunanya. Paytren Adalah Aplikasi pembayaran/ pembelian segala macam kebutuhan sehari-hari, baik untuk pribadi, keluarga atau keperluan kantor seperti isi ulang pulsa, listrik, internet, telepon, PDAM, cicilan, tv berbayar, pembelian tiket pesawat, kereta api, bahkan kelak untuk melakukan belanja apapun baik itu di mall, toko, atau warung bisa memakai HP saja tanpa membawa uang cash. Program-program & teknologi PAYTREN terus dikembangkan. Saat ini telah hadir paytren Academy (sekolah digital), Paytren Messenger (Semacam WhatsApp), paytren Umrah (peluang umrah), Paytren Market Place Belanjaqu (Semacam Tokopedia, Bukalapak,

OLX,dll) serta masih banyak project-project Ust. Yusuf Mansur kedepannya.<sup>6</sup>

### 2. Theory of Reasoned Action (TRA)

Teori ini dikembangkan oleh Fishbein & Ajzen<sup>7</sup> dan disusun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia adalah makhluk dengan daya nalar untuk memutuskan perilaku apa yang akan diambil, dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. TRA menjelaskan bahwa perilaku dilakukan karena individu mempunyai minat melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh dua penentu dasar yaitu sikap seseorang terhadap suatu perilaku (*perceived toward behavior*) dan yang lain berhubungan dengan pengaruh sosial yaitu norma subjektif (*Subjective norm*). Sugiyono mendefinisikan niat (*intention*) sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Perilaku (*behavior*) adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan. Teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action*) ini menjelaskan tahapan-tahapan manusia melakukan perilaku. Pada tahap awal, perilaku (*behavior*) diasumsikan ditentukan oleh niat (*intention*). Pada tahap berikutnya niat-niat dapat dijelaskan dalam bentuk sikap-sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan norma-norma subjektif (*Subjective norm*). Tahap ketiga dipertimbangkan sikap-sikap (*attitudes*) dan norma-norma subjektif (*Subjective norm*) dalam bentuk

<sup>6</sup><https://www.fintechsyariah.com/apa-itu-paytren/> diakses pada 26/04/2017 pukul 10:00

<sup>7</sup>Fishbein, M., & Ajzen, I. *Belief, Attitude, Intention, Behavior: An Introduction To Theory On Research*. Addison-Wesley, 1975.



kepercayaan-kepercayaan tentang konsekuensi melakukan perilakunya dan tentang ekspektasi-ekspektasi normatif yang direferensikan (*referent*) yang relevan<sup>8</sup>

Norma subjektif didefinisikan sebagai persepsi orang bahwa kebanyakan orang yang penting baginya berpikir atas perilaku apa yang harus atau tidak harus dilakukan oleh yang bersangkutan.<sup>9</sup> Norma subjektif secara singkat adalah keyakinan kita mengenai apa yang orang lain inginkan agar kita perbuat, sehingga norma subjektif dimaksudkan untuk menghitung pengaruh sosial atas perilaku seseorang. Ryan & Bonfield<sup>10</sup> menyatakan bahwa minat perilaku sebagai penentu perilaku ketika menunjukkan validitas prediktif dan validitas eksternal dari model TRA dalam aplikasi pemasaran dunia nyata. Selain itu, TRA telah digunakan untuk memprediksi perilaku yang berbeda. Akibatnya, TRA adalah salah satu teori yang paling berpengaruh dari berbagai macam perilaku manusia. Hal ini menunjukkan bahwa sikap terhadap perilaku dan norma subjektif akan menentukan minat untuk melakukan sebuah perilaku.

### 3. Technology Acceptance Model (TAM)

Fishbein dan Ajzen<sup>11</sup> menyebutkan TRA mengasumsikan bahwa perilaku didasari oleh niat individu untuk terlibat dalam suatu tindakan tertentu. Niat ditentukan oleh dua faktor, yaitu sikap individu terhadap hasil tindakan dan pendapat lingkungan sosial individu tersebut. Teori ini menunjukkan bahwa seseorang sering bertindak berdasarkan persepsi mereka mengenai apa yang orang lain pikir mereka harus lakukan.

Konsep TAM yang dikembangkan oleh Davis, menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem informasi. Perluasan konsep TAM diharapkan akan membantu memprediksi sikap dan penerimaan seseorang terhadap teknologi dan dapat memberikan informasi mendasar yang diperlukan mengenai faktor-faktor yang menjadi pendorong sikap individu tersebut.<sup>12</sup>

Teori TAM merupakan adaptasi dari *Theory Of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Davis<sup>13</sup> untuk konteks penerimaan (*acceptance*) penggunaan terhadap system informasi. Sebelumnya

---

<sup>8</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2008. Hlm. 35

<sup>9</sup>Fishbein, M., & Ajzen.I. *Belief, Attitude, Intention, Behavior: An Introduction To Theory On Research*. Addison-Wesley. 1975.

<sup>10</sup>Ryan, M.J., & Bonfield, E.H. Fishbein Intention model : A test of external and pragmatic validity. *Journal of Marketing*, 44 (spring), 82-95, 1980

---

<sup>11</sup>Fishbein, M., & Ajzen.I. *Belief, Attitude, Intention, Behavior: An Introduction To Theory On Research*. Addison-Wesley. 1975.

<sup>12</sup>Lee, J. Y. And Panteli, N. *Business Strategic Conflict In Computer-Mediated Communication, European Journal Of Information Systems*, Vol. 19, No. 2, Pp. 196–208. 2010

<sup>13</sup>Davis, F.D., Bagozi, R.P., Warshaw, P.R., *User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models*. *Management Science* Vol. 35, No. 8. Pp. 982-1003, 1989



dalam TRA yang dikembangkan oleh Ajzen<sup>14</sup> menyebutkan bahwa niat untuk berperilaku (*behavioral Intention*) ditentukan oleh dua faktor yaitu, sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan norma subyektif (*subjective norm*).

#### Theory Planed Behavioral (TPB)

Sama halnya dengan teori TAM, *Theory Planed Behavioral* (TPB) juga masih memiliki hubungan dengan TRA. Jika TAM merupakan adaptasi dari TRA, selanjutnya TPB merupakan teori pengembangan dan penyempurnaan dari TRA. Menurut winarko & Mahadewi<sup>15</sup> perbedaan mendasar model teori ini dengan teori sebelumnya adalah adanya penambahan satu elemen dalam model konstruksi yang disebut sebagai persepsi control perilaku (*perceived behavioral control*) sebagai persepsi seseorang terhadap sejauh mana tingkat kemudahan/kesulitan dalam melaksanakan suatu tindakan atau perilaku. Menurut Sugiyono teori ini mengasumsikan bahwa persepsi control perilaku (*perceived behavioral control*) mempunyai implikasi motivasional terhadap niat. Orang-orang yang percaya bahwa mereka tidak mempunyai sumber daya yang ada atau tidak mempunyai kesempatan-kesempatan untuk melakukan perilaku tertentu mungkin tidak akan membentuk niat-niat perilaku yang kuat untuk melakukannya walaupun mereka mempunyai sikap yang positif terhadap

perilakunya dan percaya bahwa orang lain akan menyetujui jika mereka melakukan perilaku tersebut.

Kinerja dari suatu perilaku tidak tergantung hanya pada motivasi untuk melakukannya tetapi juga kontrol yang cukup terhadap perilaku yang dilakukan. Dengan demikian, bahwa persepsi control perilaku (*perceived behavioral control*) dapat mempengaruhi perilaku secara tidak langsung lewat niat, dan juga dapat memprediksi perilaku secara langsung.<sup>16</sup>

## D. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan data utama yang digunakan diperoleh dari penyebaran kuisioner secara langsung kepada para pengguna aplikasi pembayaran elektronik paytren. Adapun sifat dari penelitian ini adalah kuantitatif, yang digunakan untuk menganalisis apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan produk-produk paytren. Selain itu penelitian ini juga bersifat eksploratoris, yaitu dengan mengkombinasikan beberapa teori ke dalam satu model.

### 2. Metode Pemilihan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah diambil secara acak dan menggunakan teknik *purposive sampling*, Oleh karena itu, sampel yang digunakan merupakan

<sup>14</sup>Fishbein, M., & Ajzen, I. *Belief, Attitude, Intention, Behavior: An Introduction To Theory On Research*. Addison-Wesley. 1975.

<sup>15</sup>Minarko, B. & Mahadewi, L., "Tinjauan Beberapa Model Teori Dasar Adopsi Teknologi Baru, Samporna School of Bussines. 2013

<sup>16</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2008 Hlm. 63





pengguna aplikasi *PayTren* yang telah registrasi karena pengguna ini telah dianggap mengerti tentang topik tujuan yang dibahas pada penelitian ini.

### 3. Tehnik Analisis Data

Teknik pengolahan data dengan menggunakan metode SEM berbasis Partial Least Square (PLS) *Software SmartPLS* versi 3.2.7.

## E. Hasil dan Pembahasan

### 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Jumlah sampel dalam uji coba instrumen penelitian ini adalah sebanyak 30 responden. Oleh karena jumlah sampel uji coba sebanyak 30 responden maka nilai R tabel yang akan diperbandingkan dengan nilai R hitung masing-masing item pertanyaan adalah sebesar 0,361 (R tabel pada  $n = 30$  dan taraf signifikan 0,05).

Tabel 1.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Interval Corrected item - total Correlation	R tabel	Validitas	Crombachs Alpha	Reliabilitas
PU	PU1	0.826	0,361	valid	0,941	reliabel
	PU2	0.918	0,361	valid		
	PU3	0.944	0,361	valid		
	PU4	0.713	0,361	valid		
	PU5	0.885	0,361	valid		
SN	SN1	0.899	0,361	valid	0,945	reliabel
	SN2	0.899	0,361	valid		
	SN3	0.879	0,361	valid		
PBC	PBC1	0.828	0,361	valid	0,912	reliabel
	PBC2	0.813	0,361	valid		
	PBC3	0.843	0,361	valid		

A	A1	0.864	0,361	valid	0,969	reliabel
	A2	0.949	0,361	valid		
	A3	0.962	0,361	valid		
	A4	0.937	0,361	valid		
ITU	ITU1	0.972	0,361	valid	0,982	reliabel
	ITU2	0.971	0,361	Valid		
	ITU3	0.942	0,361	Valid		

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.1, nilai R hitung seluruh item  $>$  nilai R tabel yang menunjukkan bahwa seluruh item tersebut valid dalam mengukur variabel penelitian. Dalam Uji Reliabilitas dengan Crombachs Alpha, instrumen penelitian dinyatakan reliabel jika memiliki nilai cronbach's alpha  $>$  0,6.

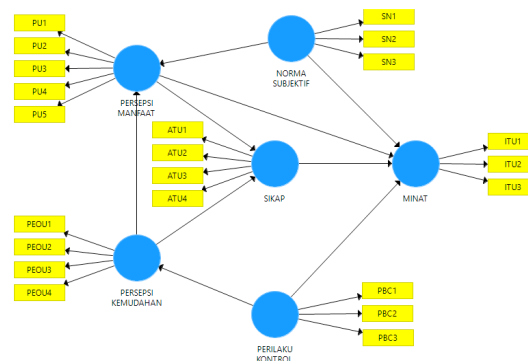
Tabel 1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Crombachs Alpha	Reliabilitas
PU	PU1	0,941	Reliabel
SN	SN1	0,945	Reliabel
PBC	PBC1	0,912	Reliabel
A	A1	0,969	Reliabel
ITU	ITU1	0,982	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai cronbachs alpha seluruh instrumen  $>$  0,6, yang menunjukkan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini reliabel.

## 2. Analisis PLS

Gambar 1.1 Model PLS





Sumber : diolah menggunakan Smart-PLS 3.2.7

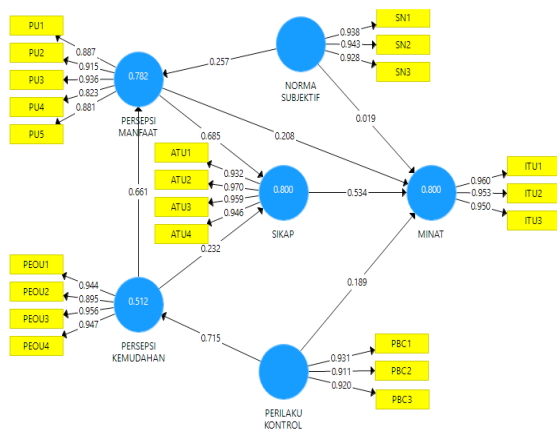
### 3. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Tahap pengujian model pengukuran meliputi pengujian *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability*. Hasil analisis PLS dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian jika seluruh indikator dalam model PLS telah memenuhi syarat validitas konvergen, validitas deskriminan dan reliabilitas komposit.

#### a. Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai loading factor masing-masing indikator terhadap konstruknya. Batas loading factor yang digunakan untuk menguji validitas konvergen masing-masing indikator adalah sebesar 0,7. Berikut ini adalah hasil estimasi model PLS :

Gambar 2.2 Hasil Estimasi Model PLS



Sumber : diolah menggunakan Smart-PLS 3.2.7

Nilai loading factor masing – msing indikator terhadap konstruknya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.3 Hasil Uji Validitas Konvergen

	A	ITU	PBC	PEOU	PU	SN
<b>A1</b>	0.932					
A2	0.970					
A3	0.959					
A4	0.946					
ITU1		0.960				
ITU2		0.953				
ITU3		0.950				
PBC1			0.931			
PBC2			0.911			
PBC3			0.920			
PEOU1				0.944		
PEOU2				0.895		
PEOU3				0.956		
PEOU4				0.947		
PU1					0.887	
PU2					0.915	
PU3					0.936	
PU4					0.823	
PU5					0.881	
SN1						0.938
SN2						0.943
SN3						0.928

Sumber : diolah menggunakan Smart-PLS 3.2.7

### 4. Hasil Uji Validitas Deskriminan

	A	ITU	PBC	PEOU	PU	SN
<b>A</b>	0.952					
<b>MINAT</b>	0.877	0.954				
<b>PBC</b>	0.760	0.761	0.921			
<b>PEOU</b>	0.830	0.755	0.715	0.936		
<b>PU</b>	0.887	0.835	0.732	0.872	0.889	
<b>SN</b>	0.809	0.756	0.733	0.823	0.801	0.937



Sumber : diolah menggunakan Smart-PLS 3.2.7

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa seluruh nilai kuadrat AVE masing-masing konstruk melebihi nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya, hal ini menunjukkan bahwa model PLS telah memenuhi syarat validitas deskriminan yang baik.

### 5. Composite Reliability dan Crombach's Alpha

Reliabilitas konstruk dapat dinilai dari nilai crombachs Alpha, nilai Composite Reliability dan nilai Average Variance Extracted (AVE) dari masing-masing konstruk. Konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilai crombachs alpha melebihi 0,7, nilai composite reliability meliebihi 0,70 dan AVE berada diatas 0,50.

Tabel 1.5 Reliabilitas Konstruk

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	AverageVariance Extracted (AVE)
A	0.965	0.966	0.975	0.906
ITU	0.951	0.951	0.968	0.910
PBC	0.910	0.916	0.944	0.848
PEOU	0.953	0.954	0.966	0.876
PU	0.933	0.936	0.950	0.791
SN	0.930	0.930	0.955	0.877

Sumber : diolah menggunakan Smart-PLS 3.2.7

### 6. Uji Signifikansi

Hasil uji kecocokan model, perhitungan nilai R Square, f square dan Q square menunjukakn bahwa model PLS yang telah dibangun layak digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian. Hipotesis yang

digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

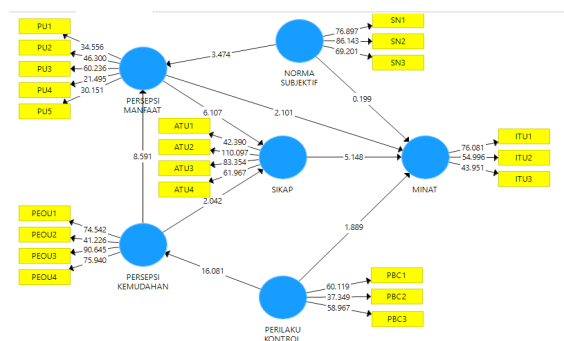
Ho : Variabel eksogen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen

Ha : Variabel endogen berpengaruh signifikan terhadap variabel eksogen

Dengan taraf signfikan 0,05 maka Ho akan ditolak jika nilai P value <0,05 dan t hitung >1,96, sedangkan jika nilai p value >0,05 dan t hitung <1,96 maka Ho tidak ditolak. Dari hasil uji signifikansi tersebut selanjutnya juga dapat diketahui arah hubungan pengaruh variabel eksogen terhadap endogen. Arah hubungan tersebut dapat diketahui dari nilai original sampel masing-masing hubungan pengaruh. Apabila arah hubungan pengaruh bertanda positif maka pengaruh variabel eksogen terhadap endogen adalah positif/searah sedangkan apabilai original sampel bertanda negatif makaarah hubungan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogenadalah berlawanan.

Hasil estimasi model sebagai acoun untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 2.4 Hasil Estimasi Model PLS (Bootstrapping)





Sumber : diolah menggunakan Smart-PLS 3.2.7

Hasil uji signifikansi selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.6 Hasil Estimasi Model

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O / STDEV )	P Values
A -> ITU	0.534	0.520	0.103	5.148	0.000
PBC -> ITU	0.189	0.188	0.103	1.889	0.067
PBC -> PEOU	0.715	0.714	0.045	16.081	0.000
PEOU -> A	0.232	0.243	0.114	2.042	0.042
PEOU -> PU	0.661	0.657	0.078	8.591	0.000
PU -> A	0.685	0.673	0.111	6.107	0.000
PU -> ITU	0.208	0.216	0.100	2.101	0.038
SN -> ITU	0.019	0.025	0.099	0.199	0.846
SN -> PU	0.257	0.260	0.075	3.474	0.001

Sumber : diolah menggunakan Smart-PLS 3.2.7

a. Besar Pengaruh Parsial (Effect Size / f<sup>2</sup> Square / f<sup>2</sup>)

Dalam analisis PLS, nilai f square (f<sup>2</sup>) menunjukkan besar pengaruh parsial masing-masing variabel prediktor terhadap variabel endogen. Menurut Cohen(1988), nilai f square yang diperoleh selanjutnya dapat dikategorikan dalam kategori berpengaruh kecil (f<sup>2</sup> = 0,02), berpengaruh menengah (f<sup>2</sup> = 0,15) dan berpengaruh besar (f<sup>2</sup> = 0,35). Berikut ini

adalah nilai f<sup>2</sup> masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen :

Tabel 1.7

Perhitungan f<sup>2</sup>

	A	ITU	PBC	PEOU	PU	SN
A		0.247				
ITU						
PBC		0.068		1.049		
PEOU		0.065			0.646	
PU		<b>0.562</b>	0.041			
SN		0.001			0.097	

Sumber : diolah menggunakan Smart-PLS 3.2.7

b. Besar Pengaruh Simultan (R Square)

Interpretasi R Square tersebut sama dengan interpretasi R Square pada analisis regresi biasa. Nilai R Square menunjukkan besar pengaruh simultan (pengaruh bersama-sama) variabel eksogen terhadap endogen. Selain itu, nilai R Square juga dapat menunjukkan kekuatan model PLS, dalam hal ini nilai R Square sebesar 0,75 menunjukkan model PLS yang kuat kuat, R Square sebesar 0,50 menunjukkan model PLS yang moderate dan nilai R Square sebesar 0,25 menunjukkan model PLS yang lemah. Berikut ini adalah nilai R Square variabel penelitian :

Tabel 1.8 Nilai R Square

	R Square	R Square Adjusted
A	0.800	0.798
ITU	0.800	0.796
PEOU	0.512	0.509



PU	0.782	0.780
----	-------	-------

Sumber : diolah menggunakan Smart-PLS 3.2.7

**7. Pengujian Hipotesis**

Berdasarkan hasil analisis PLS, diperoleh hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	T Statis	P Values	Kesimpulan
1	PEOU berpengaruh positif dan signifikan terhadap A	2.042	0.042	diterima
2	PU berpengaruh positif dan signifikan terhadap A	6.107	0.000	diterima
3	PEOU berpengaruh positif dan signifikan terhadap PU	8.591	0.000	diterima
4	PU berpengaruh positif dan signifikan terhadap ITU	2.101	0.038	diterima
5	SN berpengaruh positif dan signifikan terhadap PU	3.474	0.001	diterima
6	SN berpengaruh positif dan signifikan terhadap ITU	0.199	0.846	Tidak diterima
7	PBC berpengaruh positif dan signifikan terhadap PEOU	16.081	0.000	diterima
8	PBC berpengaruh positif dan signifikan terhadap ITU	1.883	0.067	Tidak diterima
9	A berpengaruh positif dan signifikan terhadap ITU	5.148	0.000	diterima

**F. Pembahasan Hipotesis**

**1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) Paytren Terhadap Sikap (A) Pengguna Paytren**

Nilai signifikan pengaruh variabel PEOU terhadap ATU adalah sebesar 0,042 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value <0,05 maka disimpulkan bahwa variabel PEOU **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap variabel Sikap (A). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan maka semakin baik pula Sikap (A) pengguna terhadap aplikasi pembayaran paytren.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Davis et al<sup>17</sup> mengidentifikasikan dua keyakinan sikap yaitu manfaat dan kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) mengacu pada sejauh mana konsumen percaya bahwa usaha tidak akan diperlukan untuk menggunakan sistem.

**2. Pengaruh Persepsi Manfaat (PU) paytren terhadap Sikap (A) pengguna paytren**

Nilai signifikan pengaruh variabel PU terhadap A adalah sebesar 0,000 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value < 0,05 dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa

<sup>17</sup>Davis Et.Al. *A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End User Information System: Theory And Result*. Doctoral Dissertation. Soan School Management, Massacusettsinstitute Of Technology. 1998



variabel PU **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap variabel ATU. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kegunaan paytren maka perilaku pengguna paytren akan semakin tinggi, begitu sebaliknya.

### 3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) Aplikasi Paytren Terhadap Persepsi Manfaat (PU) Menggunakan Paytren

Nilai signifikan pengaruh variabel PEOU terhadap PU adalah sebesar 0,000 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value < 0,05 dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variabel PEOU **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap variabel PU. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kemudahan aplikasi paytren maka semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kegunaan paytren, begitu sebaliknya.

Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana konsumen percaya bahwa usaha tidak akan diperlukan untuk menggunakan sebuah sistem. Persepsi manfaat (*perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) keduanya mempunyai pengaruh ke niat perilaku (*behavioral Intention*), bisa dikatakan semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan aplikasi paytren maka akan semakin tinggi juga persepsi manfaatnya atau dapat dikatakan bahwa system yang semakin mudah dalam penggunaannya akan lebih banyak

memberikan dampak dalam kegunaan dan manfaatnya.

### 4. Persepsi Manfaat (PU) Aplikasi Paytren Terhadap Minat Masyarakat (ITU) Menggunakan Paytren

Nilai signifikan pengaruh variabel PU terhadap ITU adalah sebesar 0,038 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value < 0,05 maka disimpulkan bahwa variabel PU **berpengaruh positif signifikan** terhadap variabel ITU. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya persepsi masyarakat berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan paytren. Kesimpulan penelitian ini menunjukan bahwa para responden Paytren mempersepsikan manfaat (*perceived usefulness*) aplikasi PayTren sehingga dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap minat (*intention to use*) aplikasi paytren, hal ini bisa dikatakan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) aplikasi paytren akan mempertinggi minat (*intention to use*) pengguna aplikasi Paytren, salah satu contoh besar kenapa pengguna bermianat dalam menggunakan Aplikasi PayTren adanya Sedekah disetiap transaksi sebesar Rp 12.00, meskipun nilai sedekah ini tidak banyak, para pengguna aplikasi paytren menyukai hal tersebut dan berkeyakinan akan menjadi sebuah amal jariah.

### 5. Pengaruh Norma Subjektif (SN) terhadap Persepsi Manfaat (PU)

Nilai signifikan pengaruh variabel SN terhadap PU adalah sebesar 0,001 dengan original sampel bertanda positif. Oleh



karena nilai  $p$  value  $< 0,05$  dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variabel SN **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap variabel PU. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi norma subjektif terhadap aplikasi paytren maka semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kegunaan paytren, begitu sebaliknya. Keyakinan sikap dalam penggunaan aplikasi Paytren bisa dianggap dipengaruhi oleh informasi yang mereka terima dari sosial dan lingkungannya.

#### 6. Pengaruh Norma Subjektif (*Subjective Norm*) Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan (*Intention To Use*) Paytren

Nilai signifikan pengaruh variabel SN terhadap ITU adalah sebesar 0,846 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai  $p$  value  $> 0,05$  maka disimpulkan bahwa variabel SN **tidak berpengaruh signifikan** terhadap variabel ITU. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya norma subjektif terhadap aplikasi paytren tidak berpengaruh terhadap terhadap minat masyarakat menggunakan paytren. Hasil penelitian ini yang mana norma subjektif tidak menjadi faktor yang mempengaruhi minat responden dalam menggunakan paytren sebagai alat pembayaran elektronik, diketahui sebelumnya bahwa norma subjektif (SN) berkaitan erat dengan faktor-faktor sosial responden, sehingga dapat diasumsikan bahwa responden tidak mempertimbangkan pandangan orang-orang sekitar mengenai Paytren. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa meskipun tekanan

sosial masyarakat untuk menggunakan paytren tinggi, namun minat masyarakat menggunakan masih rendah, hal ini dapat disebabkan karena mitra ataupun pengguna aplikasi PayTren tidak terlalu mempertimbangkan pandangan orang-orang sekitar mengenai produk Paytren. Hal ini bisa terjadi karena mereka memilih Paytren atas kemauan sendiri bukan karena anjuran keluarga maupun lingkungan.

#### 7. Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku (PBC) Terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perception Ease Of Use*) Paytren

Nilai signifikan pengaruh variabel PBC terhadap PEOU adalah sebesar 0,000 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai  $p$  value  $< 0,05$  dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variabel PBC **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap variabel PEOU. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kontrol perilaku masyarakat terhadap aplikasi paytren maka semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kemudahan paytren, begitu sebaliknya, dengan kata lain semakin baik persepsi kontrol perilaku baik berupa pengalaman, kemampuan, sumber daya dalam penggunaan produk pembayaran PayTren maka akan dapat meningkatkan kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) yang dipersepsikan oleh responden.



### 8. Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku (*Perception Behaviour Control*) Terhadap Minat Menggunakan Paytren (*Intention To Use*)

Nilai signifikan pengaruh variabel PBC terhadap ITU adalah sebesar 0,067 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai  $p$  value  $> 0,05$  dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variabel PBC **tidak berpengaruh signifikan** terhadap variabel ITU.

Dalam hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori TPB yang mana dinyatakan bahwasanya control perilaku seseorang akan menentukan minat penggunaan seperti yang terjadi pada norma subjective (SN) dan sikap terhadap penggunaan teknologi (A).

### 9. Pengaruh Sikap (*Attitude*) Pengguna Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Paytren (*Intention To Use*)

Nilai signifikan pengaruh variabel ATU terhadap ITU adalah sebesar 0,000 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai  $p$  value  $< 0,05$  dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variabel ATU **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap variabel ITU.

## G. Kesimpulan

Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa minat dalam menggunakan aplikasi Paytren sebagai alat transaksi pembayaran dipengaruhi oleh Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) dan Sikap (*Attitude*). Persepsi Kemudahan

Penggunaan (PEOU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Persepsi Manfaat (PU) dengan besar kontribusi sebesar 64,4%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kemudahan aplikasi paytren maka semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kegunaan paytren. Pengaruh SN (*subjective Norm*) terhadap persepsi manfaat (PU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel PU dengan besar pengaruh 9,7%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi norma subjektif terhadap aplikasi paytren maka semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kegunaan paytren, bisa dikatakan Norma subjective baik interpersonal maupun pengaruh lingkungan, ataupun opini-opini dari tokoh tertentu akan dapat membentuk persepsi manfaat dari sebuah produk. Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel sikap konsumen dalam menggunakan Paytren (*Attitude*). Sama halnya dengan Persepsi Manfaat (PU) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap (*Attitude*) dengan besar kontribusi sebesar 35,1%.

## Daftar Pustaka

### Buku

- Creswell, John W. (2015), *Riset Pendidikan : Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi Riset Kualitatif & Kuantitatif*, 5nd ed, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Imam Ghozali, "*Partialless Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan*





- Program SmartPLS 3.0. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2015
- M. Umer Chapra, *Islam and the Economic Challenge*, Leicester: The Islamic Foundation, 1992
- Mahfud Sholihin, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*, Yogyakarta: Penerbit Afandi 2013
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma. *Perspektif e-Business: Tinjauan Teknis, Manajerial, Dan Strategi*”, Penerbit Andi Yogyakarta, 2001
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2008.
- Umar Husein, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada. 2011
- Tesis, Jurnal dan Karya Ilmiah
- Ajzen, I. *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50 (2): 179-211. 1991
- Alt, R., & Puschmann, T. (2012). *The rise of customer-oriented banking – electronic markets are paving the way for change in the financial industry. Electronic Markets*, 22(4), 203-2015.
- Christianto, P. *E-Gold Sebagai Alternatif Alat Pembayaran pada E-Commerce*. Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK Volume XIV, No.1. 2009
- Davis et.al. *A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End User Information System: Theory And Result*. Doctoral Dissertation. Soan School Management, Massachusettsinstitute Of Technology. 1998
- Davis, F.D., Bagozi, R.P., Warshaw, P.R., *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*. Management Science Vol. 35, No. 8. Pp. 982-1003, 1989.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. *Belief, Attitude, Intention, Behavior: An Introduction to Theory on Research*. Addison-Wesley. 1975.
- Lewis, William, Ritu Agarwal dan V Sambamurthy. *Sourche of Influence on Beliefs About Information Technology Use, An Empirica Study of Knowledge Worker*, MIS Quarterly, Vol. 27, No. 4, pp 316-328. 2003
- Minarko, B. & Mahadewi, L., “*Tinjauan Beberapa Model Teori Dasar Adopsi Teknologi Baru*, Sampoerna School of Bussines. 2013
- Venkatesh, Viswanath, Fred D. Davis. *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. Management Science, Vol. 46, No. 2, pp. 186-204. 2000
- Walker, Rhett H., dan Lester W. Johnson. 2006. *Why Consumer Use and Do Not Use Technology-Enabled*. Journal of Service Marketing. Vol. 20, No. 2, pp. 125-135.
- Website/ Internet  
<https://www.finansialku.com/Perkembangan-Fintech-Di-Indonesia/> Diakses 24/10/17  
<https://Lirboyo.Net/Paytren-Dalam-Kacamata-Syariat/> Diakses Pada 25/10/2017  
<https://www.fintechsyariah.com/apa-itu-paytren/> diakses pada 26/04/2017 pukul 10:00