

ANALISIS PENGARUH DARI TRUST, PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS, RELATIVE ADVANTAGE TERHADAP CONTINUANCE INTENTION (STUDI KASUS PADA APLIKASI DANA)

Kausar Fattah Akhsan¹, Sita Deliyana Firmialy^{2*}

^{1,2}Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
kausarfa14@gmail.com¹, sitadeliyanafirmialy@telkomuniversity.ac.id^{2*}

ABSTRAK

Dengan menggunakan studi kasus Fintech Dana, tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki hubungan antara tujuan keberlanjutan dan empat faktor: kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan keuntungan relatif terhadap niat berkelanjutan. Kuesioner dalam bentuk Google Form digunakan untuk melakukan penelitian. Kuesioner didasarkan pada skala Likert dengan lima poin. Setelah dipilih secara acak dari populasi pengguna aplikasi Dana, total ada seratus orang yang mengikuti survei ini. Analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, koefisien determinasi (R²), serta uji validitas, reliabilitas, dan asumsi yang digunakan dalam pengujian hipotesis merupakan contoh metode statistik. Penting untuk dicatat bahwa meskipun Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Keunggulan Relatif semuanya mempunyai dampak yang kuat terhadap Niat untuk Berkelanjutan, Persepsi Efektivitas tidak menunjukkan dampak yang signifikan terhadap niat ini.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, Keunggulan Relatif, Niat Berkelanjutan, Mobile Wallet

ABSTRACT

This research aims to examine the correlation between sustainability goals and four criteria in the Dana Fintech case study: trust, perceived ease of use, perceived usefulness, and profitability in connection to sustainable aspirations. The research carried out using a Google Form questionnaire. The questionnaire utilized a five-point Likert scale. A sample of one hundred individuals was selected at random from the population of Dana application users to participate in this survey. Statistical methods used in hypothesis testing include multiple linear regression analysis, F test, t test, coefficient of determination (R²), as well as validity, reliability, and assumption tests. It is noteworthy that whereas Trust, Perceived Ease of Use, and Relative Advantage exerted a substantial influence on Continuance Intention, Perceived Effectiveness did not demonstrate a significant impact on this intention.

Keywords: *Trust, Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Relative Advantage, Continuance Intention, Mobile Wallet*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan teknologi keuangan, atau yang dikenal sebagai Fintech (Financial Technology), mengalami perkembangan cepat di Indonesia. Penyebaran Fintech kini terjadi secara luas, mencakup wilayah besar maupun kecil. Fintech mewakili inovasi terbaru dalam industri keuangan yang memiliki potensi menggantikan peran uang tunai dan kertas. Perkembangan teknologi keuangan ini memberikan manfaat besar bagi berbagai pihak, baik individu maupun kelompok, terutama jika mereka dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Bisnis dapat memanfaatkan perkembangan Fintech ini untuk meningkatkan

pendapatan, mengurangi biaya produksi dan operasional, sehingga memperoleh keuntungan yang signifikan dengan pengeluaran yang lebih efisien, asalkan mereka tertarik untuk mengikuti perkembangan teknologi ini. Peningkatan Pengguna Fintech Menarik dukungan global dari dunia bisnis dan masyarakat umum yang mendukung pertumbuhan terus-menerus dalam industri fintech. Fintech menyederhanakan berbagai operasi dalam sektor keuangan, termasuk cakupan dan jangkauan layanan yang diberikan, terutama yang berkaitan dengan efisiensi dan kemanjuran. Inovasi yang mungkin diperkenalkan oleh Fintech didorong oleh kemajuan teknologi yang mendasarinya.



Sebagian analisis risiko mungkin melibatkan penggunaan perangkat lunak, perangkat keras, dan data yang dikumpulkan oleh Fintech.

Fintech juga menyediakan layanan keuangan kepada kelompok miskin di negara-negara berkembang yang tidak dapat diakomodasi oleh lembaga keuangan tradisional. Dalam hal pembayaran, perdagangan, pengiriman uang, dan pembayaran sektor pembangunan, Fintech membuat proses menjadi lebih sederhana dan terjangkau, memberikan manfaat khususnya bagi negara-negara berkembang. Indonesia masih jauh dari inklusi keuangan di ASEAN. Menurut data dari Google, Temasek, dan Bain Company, jumlah orang di Indonesia yang belum memiliki akses ke layanan keuangan mencapai lima puluh persen lebih. Ini berbeda dengan jumlah orang di Malaysia yang hanya 13%, Thailand 18%, dan Singapura 100%.

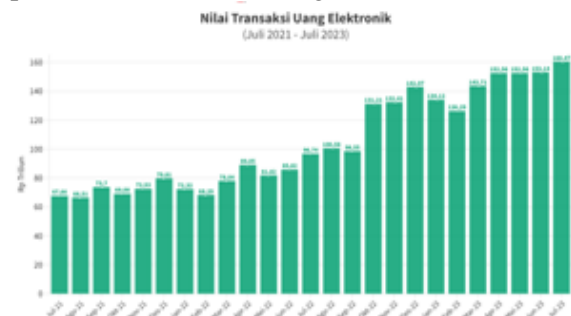


Gambar 1. Pengguna Internet di Indonesia
Sumber : BankIndonesia.id

Berdasarkan statistik yang ada, 78,19% dari 275,77 juta penduduk Indonesia sudah online pada Februari 2022 - 2023. Fintech (Financial Technology) dan sistem transaksi elektronik lainnya merupakan contoh inovasi pembayaran yang muncul akibat kemajuan teknologi tersebut (Putri et al., 2021).

Menurut Bank Indonesia (BI), fintech merupakan hasil penggabungan teknologi dan layanan keuangan untuk mengubah model bisnis tradisional menjadi model bisnis moderat. Fintech berkembang seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, dimana mereka semakin bergantung pada teknologi untuk memenuhi kebutuhan mereka yang bergerak cepat. Peraturan Bank Indonesia Nomor

11/12/PBI/2009 telah memfasilitasi ketersediaan uang elektronik di Indonesia sejak tahun 2009. PBI Nomor: 18/17/PBI/2016 yang diperbarui memperkenalkan uang elektronik, menyediakan metode pembayaran yang cepat dan nyaman yang menghilangkan kebutuhan akan uang elektronik. perlu membawa mata uang fisik.



Gambar 2. Grafik Nilai Transaksi Uang Elektronik

Sumber : BankIndonesia.id

Penggunaan Internet dalam transaksi online perlu memperhitungkan model penerimaan teknologi (TAM), yang menyatakan bahwa kepuasan dan kemudahan penggunaan sistem memengaruhi penggunaan sistem (Pavlou, 2003 dalam MILA, 2022). Selanjutnya, konstruksi persepsi risiko digunakan karena ketidakpastian ini sering muncul saat menggunakan internet atau layanan e-money (Pavlou, 2003). Dengan kekhawatiran terkait keamanan data dan keandalan platform fintech, beberapa pengguna masih ragu untuk terus menggunakannya, takut bahwa risiko tersebut dapat berdampak negatif pada pengalaman pengguna dan menghambat penggunaan lebih lanjut (Sienatra, 2020).

Saat membuat keputusan penggunaan berkelanjutan, dunia usaha harus mempertimbangkan faktor positif (manfaat) dan faktor negatif (risiko), termasuk persepsi kepercayaan, kemudahan penggunaan, manfaat, dan niat keberlanjutan. Topik ini telah mendapat perhatian signifikan dalam penelitian (Sienatra, 2020), khususnya untuk meningkatkan niat kesinambungan pengguna dalam proses bisnis (Han et al., 2018). Variabel - variabel dalam penelitian ini mencakup komponen positif (keuntungan yang dirasakan) dan negatif (bahaya yang dirasakan), mencerminkan keunikannya. Kaitannya dengan pelanggan e-wallet DANA yang dihadapkan pada berbagai situasi, penelitian ini mengeksplorasi pengaruh situasional terhadap keputusan mereka untuk tetap atau berhenti menggunakan layanan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi

pengaruh "Analisis Trust, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Relative Advantage terhadap Continuance Intention (Studi Kasus: Fintech Dana)" dengan fokus pada kesulitan yang telah dijelaskan sebelumnya. Hasil penelitian diharapkan memberikan wawasan yang berguna bagi pemangku kepentingan di industri bisnis digital, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan regulasi terkait bisnis digital di masa depan, terutama dalam konteks e-wallet.

Menurut Peraturan Bank Indonesia 19/12/PBI/2017, fintech penerapan teknologi dalam sistem keuangan untuk menciptakan produk, layanan, teknologi, atau model bisnis baru yang dapat meningkatkan stabilitas keuangan. Dalam pandangan (Saksonova & Marilino, 2017), fintech adalah teknologi yang digunakan untuk solusi finansial, dan secara umum merujuk pada perusahaan teknologi terkini di sektor keuangan. Fintech diterapkan untuk meningkatkan layanan perbankan dan keuangan, seringkali oleh perusahaan rintisan (startup) menggunakan perangkat lunak, internet, dan teknologi komunikasi (Iman, 2016).

Menurut (Hsueh, 2017), mengidentifikasi tiga jenis *financial technology*, yaitu:

1. Sistem pembayaran pihak ketiga seperti EC lintas batas, O2O, pembayaran seluler, transfer bank, dan platform pembayaran.
2. Peer-to-Peer (P2P)
Sebuah platform untuk pinjam meminjam online. Platform ini juga mencakup mekanisme kredit dan manajemen risiko untuk memastikan kelancaran transaksi.
3. Crowdfunding
adalah metode presentasi publik suatu konsep atau produk untuk mendapatkan dukungan finansial dari komunitas dan menilai permintaan pasar.

Menurut Mowen dan Minor (Juni, 2017), kepercayaan melibatkan pengetahuan dan kesimpulan konsumen terhadap suatu objek, atribut, dan manfaatnya. Donni Juni (2017) mendefinisikan kepercayaan sebagai pengetahuan konsumen, dengan dimensi psikologis di mana sikap positif didasarkan pada keyakinan terhadap perilaku orang lain. Kepercayaan, sebagaimana dikemukakan oleh (Maharani, 2010), merupakan faktor kunci dalam menentukan kredibilitas dan integritas organisasi lain dalam jaringan tertentu, serta faktor kunci dalam menentukan jujur atau tidaknya informasi yang mereka miliki.

Dengan demikian, kepercayaan dapat diartikan sebagai keyakinan masyarakat atau pelanggan terhadap suatu merek, termasuk

persepsi kemudahan atau keuntungan yang dirasakan oleh pelanggan.

Menurut (Indarsin & Ali, 2017), persepsi kemudahan penggunaan adalah ketakutan bahwa teknologi akan menghambat bisnis. Cudjoe (2015) mendefinisikan Perceived Ease of Use sebagai ketika seseorang merasa nyaman menggunakan teknologi tanpa harus bekerja. Tojib dan Tsarenko (2012) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi kegunaan teknologi. Persepsi Kemudahan Penggunaan merupakan indikator kunci bahwa belajar, menggunakan, dan berinteraksi dengan teknologi menjadi lebih mudah, menurut penelitian sebelumnya. Maharani (2010) mengatakan kepercayaan membutuhkan kepercayaan terhadap kredibilitas dan integritas orang lain dalam suatu hubungan dan keyakinan bahwa tindakan mereka adalah yang terbaik.

Menurut Davis (sebagaimana dikutip dalam Hussein et al., 2019), Perceived Usefulness (PU) merujuk pada keyakinan individu atau organisasi terhadap kemampuan suatu sistem untuk membantu dalam melakukan pekerjaan. Apabila tidak yakin bahwa sistem tersebut memberikan manfaat, mereka kemungkinan besar tidak akan menggunakannya (Aditya & Wardhana, 2016). Dimensi PU, sebagaimana dijelaskan oleh (Susanto & Aljoza, 2015), mencakup kemudahan dalam tugas, peningkatan produktivitas, efektivitas, kinerja, dan dukungan untuk meraih promosi serta insentif lainnya.

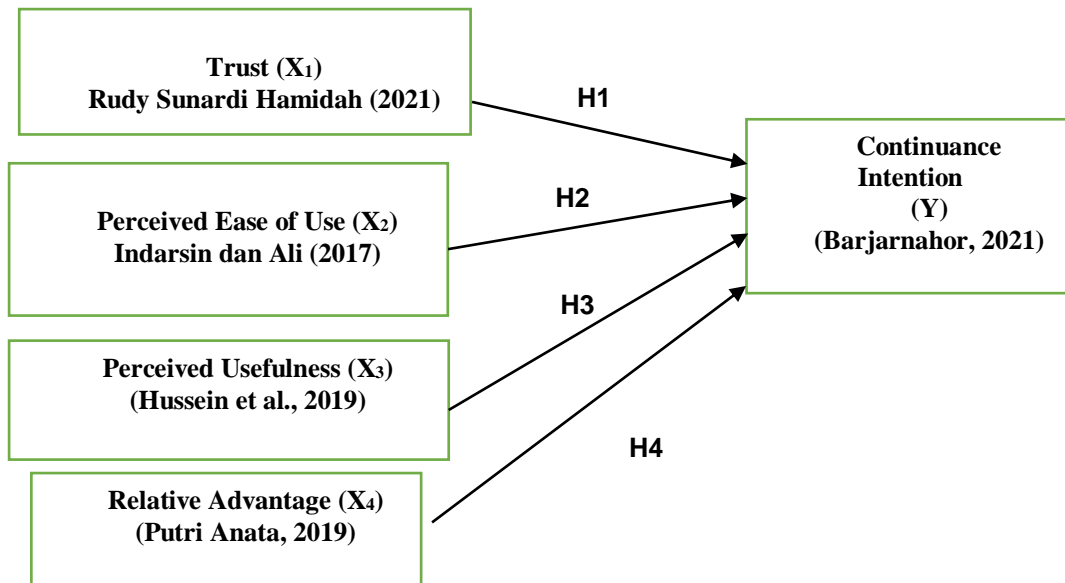
Menurut (Anata, 2019), relatif keunggulan adalah tingkat superioritas inovasi dibandingkan inovasi sebelumnya atau metode yang umum digunakan. Kecepatan adopsi inovasi berkorelasi positif dengan kelebihan yang dirasakan oleh pengguna (Roger, 1983). Wang et al. (2011) juga menegaskan temuan serupa, bahwa keunggulan relatif berpengaruh positif pada sikap terhadap adopsi RFID (Radio Frequency Identity).

Menurut (Barjarnahor, 2021), (Davis, 1989) menyatakan bahwa persepsi kenyamanan dan kegunaan berpengaruh pada niat individu untuk menggunakan teknologi, yang dapat meramalkan perilaku masa depan terhadap teknologi tersebut. Niat perilaku merujuk pada tindakan spesifik yang diambil setelah menggunakan barang atau jasa (Blackwell et al., 2005). Bhattacharjee (dalam Tekaqnetha dan Rodhiah, 2020) menjelaskan bahwa niat adalah penggunaan sistem informasi secara berkelanjutan setelah pengguna membuat keputusan awal untuk mengadopsinya. Luo dan Muo (2022) menekankan bahwa keinginan untuk terus



menggunakan aplikasi kesehatan menandakan perlindungan yang berlanjut. Mereka mencatat bahwa dalam situasi ancaman kesehatan tinggi, orang cenderung mengevaluasi efek penanggulangan perilaku protektif secara positif, termasuk efisiensi respons, keyakinan diri yang kuat, dan biaya respons yang rendah. Dalam

penelitian ini, peneliti menekankan evaluasi coping melalui penerapan self-efficacy secara eksklusif



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan kuesioner menjadi instrumen pengumpulan data. Kuesioner digunakan untuk mendapatkan informasi dari 60 responden, yakni

pengguna Aplikasi Dana dari Generasi Z. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan skala Likert, (1-5) kemudian di cek menggunakan SPSS 26 untuk analisis data

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Pertanyaan
Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Relative Advantage (X)	Trust (Kepercayaan)	Saya percaya bahwa alat pembayaran DANA memberikan layanan yang dibutuhkan konsumen
		Saya percaya bahwa proses transaksi DANA dapat berjalan secara akurat
		Saya percaya DANA mampu menjaga identitas penggunanya
	Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan)	Saya merasa pemakaian layanan DANA mudah untuk digunakan
		Saya merasa informasi mengenai syarat pendaftaran pada DANA mudah untuk dipahami
		Saya merasa DANA merupakan metode pembayaran yang efisien
		Saya merasa DANA merupakan metode pembayaran yang mudah untuk digunakan
	Perceived Usefulness (Kegunaan yang dirasakan)	Saya merasa layanan DANA membantu saya dalam melakukan transaksi pembayaran digital
		Saya merasa dapat melakukan transaksi layanan DANA kapan saja



	Relative Advantage (Keuntungan Relatif)	Saya merasa layanan DANA bermanfaat untuk menunjang aktivitas sehari - hari
		Saya merasa layanan DANA membantu pembayaran digital dengan mudah
		Saya merasa inovasi DANA dapat membantu lebih di kenal oleh masyarakat
		Saya merasa DANA menguntungkan bagi pengguna nya
Continuance Intention (Y)	Intend (berniat)	Niat saya adalah terus menggunakan DANA dari pada menggunakan cara alternatif lain
		Saya ingin menggunakan DANA lebih dari pada menghentikannya.
	Plan (berencana)	Saya berencana terus menggunakan DANA
		Saya berencana untuk sering menggunakan DANA
	Will (akan)	Saya berencana untuk tetap memanfaatkan DANA seperti saat ini
		Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan layanan DANA

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Populasi adalah suatu kumpulan orang yang meneliti dan menghasilkan datanya, menurut (Sugiyono, 2017). Ingatlah bahwa populasi mencakup objek dan komponen alam serta individu. Populasi suatu subjek atau objek meliputi jumlah item atau objek yang diteliti serta seluruh ciri - cirinya. Dalam penelitian ini, populasi yang dianalisis adalah pengguna layanan Dana. Sugiyono (2017) juga menekankan bahwa sampel mencerminkan ukuran dan struktur populasi, dan simbol N digunakan untuk mewakili jumlah unit sampel dalam konteks tersebut.

Uji normalitas analisis data dalam konteks analisis parametrik bertujuan untuk mengevaluasi data dan menentukan apakah data tersebut layak digunakan. Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk menilai apakah data abnormal atau tidak. Kriteria penilaian normalitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, data dianggap secara normal.
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, data dianggap secara tidak normal.

Analisis multikolinear digunakan untuk menilai kekuatan korelasi antar variabel independen dalam regresi (Ghozali, 2018). Model regresi dianggap baik jika tidak mengandung multikolinearitas. Deteksi multikolinearitas dilakukan dengan mengikuti pedoman berikut:

1. Mempunyai nilai VIF (Variance Inflation Factor) < 10.
2. Mempunyai angka Tolerance > 0,10.

Uji heteroskedastisitas menentukan apakah residu regresi bervariasi antar pengamatan

(Ghozali, 2018). Pengujian heteroskedastisitas dapat mengungkap pola pada scatterplot SRESID dan ZPRED.

Ghozali (2018) menyarankan penggunaan autokorelasi untuk mengetahui apakah kesalahan model regresi berhubungan dengan waktu (t) dan waktu (t-1). Autokorelasi bukan merupakan persyaratan untuk model regresi, dan kesalahan menunjukkan hal tersebut. Autokorelasi dapat diuji dengan membandingkan nilai Durbin-Watson (d) pada tabel (60).

Ghozali (2018) menyoroiti penggunaan regresi berganda untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen (X₁, X₂, X₃, X₄) terhadap variabel dependen Continuance Intention (Y) terkait Dana, dengan menerapkan model regresi linier sederhana

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

Keterangan:

Y = Continuance Intention

a = Bilangan konstanta

X₁ = Trust

X₂ = Perceived Ease of Use

X₃ = perceived usefulness

X₄ = Relative Advantage

e = Standart error

b₁, b₂, b₃, b₄ = koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen.

Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan bahwa uji autokorelasi menentukan apakah kesalahan model regresi pada periode (t) dan (t-1) berhubungan. Kesalahan korelasi menunjukkan autokorelasi, yang seharusnya tidak dimiliki oleh model regresi. Nilai Durbin-Watson (d) dan tabel (60) yang dihitung mendeteksi autokorelasi.

Uji T, menurut Sugiyono (2017), digunakan untuk menilai kepentingan relatif variabel



independen dalam menjelaskan variabel dependen, dengan kriteria keputusan yang dapat dikarakterisasi:

- a. H0 diterima jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai sig $> \alpha$
- b. H0 ditolak jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai sig $> \alpha$

Statistik F digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan tingkat signifikansi 5% dan 0,05. Menurut (Sugiyono, 2017), jika tingkat signifikansi kurang dari 0,05 dan nilai F lebih besar dari Ftabel maka variabel independen dianggap signifikan. Apabila tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 dan F hitung lebih kecil dari Ftabel, maka variabel bebas tidak mempunyai signifikansi.

Koefisien determinasi, juga dikenal sebagai R², mengukur dan menetapkan tingkat keakuratan atau kesesuaian garis regresi atau nilai proyeksi dengan data sampel. Ini memberikan informasi tentang seberapa baik variasi variabel independen menjelaskan varians variabel dependen

Uji koefisien korelasi adalah statistik yang menunjukkan sejauh mana interaksi dua variabel, dengan nilai -1 hingga 1 dan tanda positif (+) atau negatif (-) mengindikasikan hubungan

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error				Beta	Tolerance	VIF
	(Constant)	9.464	5.774		1.639	0.107		
1	Trust	0.755	0.335	0.283	2.251	0.028	0.683	1.464
	Perceived Ease of Use	0.553	0.261	0.268	2.119	0.038	0.480	2.083
	Perceived Usefulness	0.315	0.268	0.152	1.174	0.245	0.478	2.090
	Relative Advantage	0.874	0.496	0.225	1.762	0.083	0.785	1.274

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26 (2023)

Pada tabel 3 dibawah ini dapat dilihat hasil uji Glejser yang menunjukkan bahwa tidak terdapat bukti heteroskedastisitas pada semua

korelasi antar dua variable.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji asumsi klasik normalitas pada penelitian ini dengan menggunakan uji one sample kolmogorov smirnov dapat diamati pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji One-Sample KolmogorovSmirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.29634371
Most Extreme Differences	Absolute	.132
	Positive	.075
	Negative	-.132
Test Statistic		.132
Asymp. Sig. (2-tailed)		.011 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26 (2023)

Tabel 2 menunjukkan tidak adanya multikolinearitas pada variabel independen, dengan VIF < 10 dan toleransi > 0,1 untuk seluruh variabel independen

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error				Beta
1	(Constant)	17.870	4.761		3.754	.000
	PUTOT	.315	.268	.152	1.174	.245

a. Dependent Variable: CITOT

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26 (2023)

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengevaluasi dampak Trust (X₁),

Perceived Ease of Use (X₂), Perceived Effectiveness (X₃), dan Relative Advantage (X₄) terhadap Continuance Intention, dengan hasil



disajikan menggunakan IBM SPSS 26

Tabel 5. Koefisien Regresi dan Uji Signifikan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.464	5.774		1.639	0.107
Trust	0.755	0.335	0.283	2.251	0.028
Perceived Ease of Use	0.553	0.261	0.268	2.119	0.038
Perceived Usefulness	0.315	0.268	0.152	1.174	0.245
Relative Advantage	0.874	0.496	0.225	1.762	0.083

a. Dependent Variable: Continuance Intention

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26 (2023)

Berdasarkan tabel 5 di atas, hasil uji regresi linear berganda dapat diungkapkan melalui rumus berikut:

$$Y = 9.464 + 0.755X_1 + 0.553X_2 + 0.315X_3 + 0.874X_4$$

Dari persamaan regresi di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Koefisien regresi untuk X_1 positif (0.755), menunjukkan kenaikan X_1 berhubungan dengan kenaikan Y, dan sebaliknya.
- 2) Koefisien regresi untuk X_2 positif (0.553), menunjukkan kenaikan X_2 berkorelasi dengan kenaikan Y, dan sebaliknya.
- 3) Koefisien regresi untuk X_3 negatif (-0.315), menunjukkan kenaikan X_3 berhubungan dengan penurunan Y, dan sebaliknya.
- 4) Koefisien regresi untuk X_4 positif (0.874), menandakan kenaikan X_4 berkaitan dengan kenaikan Y, dan sebaliknya.

Analisis Koefisien Korelasi

Minat Berkelanjutan (Y) adalah variabel terikat. Nilai R mencerminkan korelasi antara variabel independen Trust (X_1), Perceived Ease of Use (X_2), Perceived Effectiveness (X_3), dan Relative Advantage (X_4), dengan variabel terikat. R square (R^2) menunjukkan kontribusi variabel tersebut terhadap Continuance Intention (Y). Berikut hasil dari nilai R dan R^2 . Analisis statistik, ada korelasi kuat dan positif antara variabel independen dan terikat, dengan R sebesar 0,357. Ini berarti bahwa nilai variabel X dapat meningkat dan sebaliknya.

Tabel 6. Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.357 ^a	.127	.064	3.414

a. Predictors: (Constant), RATOT, TOT, PETOT, PUTOT

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26 (2023)

Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 6, koefisien determinasi R square adalah 0,127 atau setara dengan 12,7%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan (X_1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2), Persepsi Kegunaan (X_3), dan Keunggulan Relatif (X_4) semuanya berkontribusi terhadap niat terus menggunakan (Y). Sekitar 87,1% dari jumlah tersebut dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti.

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi dampak bersama variabel Trust (X_1), Perceived Ease of Use (X_2), Perceived Usefulness (X_3), dan Relative Advantage (X_4) terhadap Continuance Intention (Y). Uji statistik akan menilai hipotesis dampak statistik masing-masing variabel terhadap Continuance Intention (Y):

$H_0 : \beta_i \leq 0$ (Continuance Intention (Y) tidak dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kombinasi Trust (X_1), Perceived Ease of Use (X_2), Perceived Usefulness (X_3), dan Relative Advantage (X_4)).

$H_a : \beta_i > 0$: (Continuance Intention (Y) dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kombinasi Trust (X_1), Perceived Ease of Use (X_2), Perceived Usefulness (X_3), dan Relative Advantage (X_4)).

Temuan perhitungan uji F dari tabel Analysis of Variance (Anova) mendukung hipotesis statistik ini.



Tabel 7. Hasil Pengujian Regresi secara Simultan

		<u>ANOVA^a</u>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.027	1	59.027	5.067	.028 ^b
	Residual	675.706	58	11.650		
	Total	734.733	59			

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26 (2023)

Berdasarkan nilai F pada Tabel 7, F_{hitung} sebesar 5.067 dengan nilai F_{tabel} (0.03) untuk $\alpha = 0,05$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($5.067 > 0.03$), H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji T menunjukkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen

melalui perbandingan nilai tabel. Tabel 7 menampilkan analisis regresi parsial untuk Trust (X_1), Perceived Ease of Use (X_2), Effectiveness (X_3), Relative Advantage (X_4), dan Continuance Intention (Y).

Tabel 8. Hasil Uji t

		<u>ANOVA^a</u>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.027	1	59.027	5.067	.028 ^b
	Residual	675.706	58	11.650		
	Total	734.733	59			

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26 (2023)

Pada Tabel 8, Anda dapat melihat signifikansi dan nilai t untuk seluruh variabel independen. Hasilnya adalah sebagai berikut,

dengan nilai t tabel $\alpha = 0,05$ dan interval kepercayaan $60 - 2 - 1 = 57$ berpasangan dengan 1,672

Tabel 9. Rekapitulasi Pengujian Parsial

No	Variable independent	Variabel Dependent	t_{hitung}	t_{tabel}	Hasil	Keputusan	Kesimpulan
1	Trust	Continuance Intention.	2.251	1.671	$t_{hitung} \geq t_{tabel}$	Ha diterima	Trust (X_1) berdampak positif dan signifikan pada Continuance Intention (Y).
2	Perceived Ease of Use	Continuance Intention.	2.119	1.671	$t_{hitung} \geq t_{tabel}$	Ha diterima	Perceived Ease of Use (X_2) berdampak positif dan signifikan pada Continuance Intention (Y).
3	Perceived Usefulness	Continuance Intention.	1.174	1.671	$t_{hitung} \leq t_{tabel}$	Ha ditolak	Perceived Usefulness (X_3) tidak berdampak positif dan tidak signifikan pada Continuance Intention (Y).
4	Relative Advantage	Continuance Intention.	1.762	1.671	$t_{hitung} \geq t_{tabel}$	Ha diterima	Relative Advantage (X_4) berdampak positif dan signifikan pada Continuance Intention (Y).

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2023)

Ketiga faktor yang tercantum pada Tabel 9 Keunggulan Relatif (X_4), Kepercayaan (X_1), dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2) memiliki

dampak positif dan signifikan terhadap niat untuk terus menggunakan produk (Y). Namun demikian, persepsi penggunaan dari Persepsi



penggunaan (X_3) yang dihitung bahkan lebih rendah dibandingkan dengan kritik, yang menunjukkan bahwa kerugiannya tidak signifikan. Dibandingkan dengan variabel lainnya, nilai keyakinan (X_1) lebih dominan. Hal ini terlihat dari nilai t yang lebih tinggi dan probabilitas statistik yang lebih tinggi.

KESIMPULAN

Penelitian ini fokus menganalisis pengaruh Trust, Perceived Ease of Use, Perceived Effectiveness, dan Relative Advantage terhadap Continuance Intention dengan tujuan untuk menentukan apakah akan tetap menggunakan layanan Fintech Dana (Studi Kasus Fintech Dana). Semua faktor ini Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, dan Keunggulan Relatif merupakan pertimbangan paling penting dalam menentukan apakah pengguna akan terus menggunakan produk atau layanan yang dimaksud atau tidak. Demikian pula, persepsi penggunaan yang dirasakan tidak mempunyai manfaat yang signifikan dalam pemanfaatannya di masa depan. Peran penting aspek-aspek dalam penelitian ini sangat penting dalam rangka menjelaskan keputusan - keputusan yang dikomunikasikan oleh pengguna terkait dengan pemanfaatan teknologi yang digunakan dalam pengelolaan keuangan Dana.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, L. S. W. H., & Cuandra, F. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Brand Fashion Erigo Apparel Dimediasi Brand Image. *Jurnal Ekuilmomi*, 5(2), 292-304
- Barjarnahor, Y. M. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Continuance Intention (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung).
- Husnul, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT Matahari Department Store Di Arion Mall (Studi Kasus Masyarakat di Wilayah RT 011/RW 014 Kelurahan Cipinang Besar Utara).
- Hutagalung, R. A., Nainggolan, P., & Panjaitan, P. D. (2021). Analisis Perbandingan Keberhasilan UMKM Sebelum Dan Saat Menggunakan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ekuilmomi*, 3(2), 94-103
- Janneth, Z. (2022). Pengaruh Trust, Perceived Risk, Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Intention to use pada layanan Gopay di Kota Bandung.
- Mutiara, S. (2023). Pengaruh Determinan Faktor Dari Adopsi Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Peningkatan Brand Image Perusahaan.
- Pratama, A. F., & Purnomo, D. (2023). Fenomena Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Pada Generasi Milenial Dan Generasi Z. *Jurnal Ekuilmomi*, 5(2), 450-455
- Putri Anata. (2019). Analisis Adopsi Uang Elektronik Dengan Pendekatan Teori Difusi Inovasi (Studi Pada Pengguna Uang Elektronik OVO di Kota Malang).
- Sienatra, K. (2020). Dampak persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap fintech continuance intention pada generasi milenial di Surabaya. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i1.14225>
- Sinaga, J. E., & Simatupang, P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Food Di Kota Pematangsiantar (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Pematangsiantar). *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 1(1). <https://doi.org/10.36985/manajemen.v1i1.37>
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (mixed Methods). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian, kuantitatif, kualitatif, dan R&D. ALFAVERTA.
- Wan, B. J. B. (2020). Pelaksanaan Survey Kepuasan Peneliti dan Mitra Kegiatan Penelitian terhadap Layanan dan Pelaksanaan Proses Penelitian.
- Widia, H. T. (2019). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Alfamidi Raya Pramuka).

