

**PENGARUH NORMA SUBJEKTIF, *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* DAN
PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM
MENGUNAKAN *PEER-TO-PEER LENDING* (Studi Kasus pada Kota Malang)**

Zuan Mareta Sari¹⁾, Putu Prima Wulandari, SE., MSA., Ak.²⁾.

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijata

¹email: zuanmareta@gmail.com

²email: ptprimawulan@gmail.com

Abstract

The aim of this study is to examine the influence of subjective norms, perceived behavioral control and security perceptions of people in using Peer- to-peer lending. The object of this research is people in the City of Malang who have taken credit from either peer-to-peer lending or other financial institutions. Data on 100 samples were collected using the survey method with the convenience sampling technique. Data analysis was performed using the SmartPLS application. The results showed that public interest in using peer-to-peer lending is influenced by subjective norms, perceived behavioral control, and security perceptions.

Keywords: *Interest, Theory of Planned Behavior (TPB), Credit, Peer to Peer Lending, Fintech.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh norma subjektif, *perceived behavioral control* dan persepsi keamanan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *Peer to Peer Lending*. Objek penelitian ini adalah masyarakat Kota Malang yang pernah mengambil kredit baik pada *Peer to Peer Lending* atau lembaga keuangan lain. Sebanyak 100 data berhasil dikumpulkan menggunakan metode survei dengan teknik *convenience sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam menggunakan *Peer to Peer Lending* dipengaruhi oleh norma subjektif, *perceived behavioral control*, dan persepsi keamanan.

Kata Kunci : *Minat, Theory of Planned Behavior (TPB), Kredit, Peer to Peer Lending, Fintech.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini membawa pengaruh besar pada bidang komunikasi, media maupun informatika. Perkembangan teknologi tersebut memberikan manfaat baik bagi masyarakat maupun organisasi atau lembaga perusahaan. Tidak hanya itu inovasi teknologi baru pada aktivitas bisnis terutama pada sektor keuangan juga semakin berkembang, teknologi tersebut dikenal dengan *Financial Technology* (*Fintech*). Teknologi keuangan atau *Fintech* telah dijelaskan pada Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial yakni: Teknologi Finansial merupakan penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan dan atau efisiensi, kelancaran, keamanan dan keandalan sistem pembayaran. Penyelenggaraan teknologi finansial yang dimaksud meliputi sistem pembayaran, pendukung pasar, manajemen investasi dan manajemen risiko, pinjaman, pembiayaan, penyediaan modal serta jasa finansial lainnya.

Menurut Ardela (2017), *Financial Technology* mulai berkembang di Indonesia sejak munculnya Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFTECH) pada September 2015 yang menarik perhatian para pebisnis dan mempunyai tujuan untuk menyediakan partner ekosistem *Fintech* yang berasal dari perusahaan-perusahaan Indonesia. Menurut data Asosiasi *Fintech* Indonesia, diketahui ada sejumlah 143 Perusahaan *Startup*, 24 Lembaga Keuangan dan 9 Mitra Asosiasi yang tergabung dalam *Fintech* Indonesia. Pertumbuhan pengguna *Fintech* dari tahun 2006-2007 sebanyak 7 persen, kemudian pada tahun 2017 meningkat sebesar 78 persen pengguna dengan perkiraan total nilai transaksi *Fintech* di Indonesia sejumlah 202,77 Triliun Rupiah. Penggunaan *Fintech* di Indonesia per tahun mengalami peningkatan hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sudah mulai merasakan manfaat yang diperoleh.

Perkembangan penggunaan *Fintech* yang besar di Indonesia menyebabkan perubahan pada pertumbuhan perekonomian Indonesia. Layanan jasa dibidang keuangan seperti perbankan dapat mengalami kemajuan namun juga mendapat suatu

ancaman apabila *Fintech* terus berkembang. Saat ini bukan hanya perbankan yang dapat menjadi media perantara keuangan masyarakat, karena telah hadir *Fintech* yang bisa menjadi alternatif pengganti, dengan adanya *Fintech* tersebut dapat menghemat proses transaksi lebih praktis, aman juga modern.

Keberadaan *P2P Lending* memberikan kemudahan serta keuntungan bagi masyarakat yang ingin mengakses layanan keuangan khususnya untuk memperoleh dana pinjaman. Kemudahan serta keuntungan yang ditawarkan oleh *Fintech P2P Lending* ini adalah proses serta syarat pengajuan pinjaman yang lebih sederhana dan tanpa memerlukan jaminan atau agunan, sehingga prosesnya lebih cepat, mudah dan tingkat suku bunga ringan bila dibandingkan dengan tingkat suku bunga yang ditetapkan oleh lembaga keuangan lainnya.

Kredit atau pinjaman sangat penting bagi masyarakat dan tiap tahun mengalami peningkatan permintaan kredit oleh masyarakat. Sebab masyarakat mengambil pinjaman dikarenakan tuntutan kebutuhan ekonomi yang semakin berkembang. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (dikutip oleh Almawadi, 2018) perkembangan jumlah peminjam melalui penyedia dana *Fintech Peer to Peer Lending* telah mencapai 2.805.026 rekening pada Oktober 2018 dan jumlah tersebut mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi bila dilihat dari posisi tahun 2017 yang hanya sebesar 259.635 rekening. Hal ini berarti minat masyarakat untuk menggunakan *P2P Lending* semakin meningkat.

Ketika seorang individu ingin memutuskan untuk mengambil kredit pada suatu lembaga keuangan atau yang lain seperti *Fintech Peer to Peer Lending* sebaiknya perlu untuk mempertimbangkan apa manfaat serta tujuan yang diperoleh dari mengambil pinjaman tersebut. Kemudian melakukan pencarian informasi, penilaian, dan mulai menggunakan jasa atau layanan *Peer to Peer Lending*. Sebelum dapat merealisasikan kegiatan pengambilan kredit atau pinjaman perlu adanya minat yang kuat agar dapat melakukannya.

Salah satu teori yang berhubungan dengan tindakan atau perilaku yaitu *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). *Theory of Planned Behavior* (TPB) memiliki variabel yang menyebabkan terjadinya

perilaku atas suatu sikap yang dilakukan yaitu minat. *Theory of Planned Behavior* (TPB) terdapat tiga variabel yang dapat mempengaruhi minat yaitu sikap, norma subjektif (*Subjective Norm*) dan kontrol perilaku persepsian (*Perceived Behavioral Control*), namun dalam penelitian ini hanya menggunakan dua variabel karena dua variabel yang digunakan dapat mengukur faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam mengambil pinjaman pada P2P *Lending*, dua variabel tersebut yaitu norma subjektif dan *perceived behavioral control*. Penelitian ini akan ditambahkan variabel lain sebagai faktor eksternal yaitu persepsi keamanan *Fintech* P2P *Lending*.

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang, Kota Malang mempunyai masyarakat yang mau menerima industri teknologi baru, misalnya Grab, Gojek, OVO, dan lain-lain. Selain itu, masyarakat kota Malang banyak yang mempunyai usaha atau bisnis, dengan ditandai bahwa Kota Malang menjadi bagian penting dalam pergerakan dan pertumbuhan pembangunan serta perekonomian di Jawa Timur (Muhammad, 2019). Kota Malang mempunyai peran penting dalam penguatan industri ekonomi kreatif, penguatan tersebut disalurkan dengan membentuk komunitas Startup Singoedan (STASION) Malang. Melalui komunitas tersebut mampu menghimpun ratusan pebisnis pemula dan melakukan pengembangan keterampilan kearah digital (Muhammad. 2019). Menurut wali kota Malang Sutiaji, masyarakat kota Malang khususnya generasi muda sudah mulai melangkah dan merambah dunia *Fintech*, *Design Principles*, *Automated Test* dan *Animation for Industries*, hal ini menandakan bahwa masyarakat kota Malang sangat tinggi antusiasnya terhadap industry digital (Muhammad, 2019).

Bentuk dukungan terhadap pengembangan industri *Fintech* untuk dapat masuk dalam dunia bisnis atau kewirausahaan, telah dilakukan oleh Netzme dengan Asosiasi Manajemen Indonesia (AMA) cabang Malang yang melakukan kolaborasi untuk meningkatkan pengembangan usaha baik level makro atau mikro yang berbasis kreatifitas dan komunitas dengan memanfaatkan teknologi keuangan terkini (Suwarjono, 2018). Kemudian kolaborasi antara BPR Malang dengan perusahaan *Fintech*, salah satunya Amarta juga tengah dilakukan agar dapat membantu pengusaha mikro ataupun masyarakat di daerah untuk bisa mendapatkan akses pembiayaan, dan

saling membantu dengan mendigitalisasi BPR melalui platform *Fintech*, sehingga pendistribusian dana dapat terkelola oleh *fintech* bersama BPR dengan baik dan dapat memitigasi risiko yang dialami oleh BPR (Masyrafina dan Raharjo, 2018).

Kota Malang yang dikenal sebagai kota pendidikan juga tidak lupa mengedukasi semua kalangan masyarakat mengenai *fintech* pinjaman *online*, edukasi tersebut dilakukan sebagai upaya untuk mendorong literasi keuangan di kalangan masyarakat dan juga menumbuhkan pengetahuan masyarakat agar lebih cermat sebelum pinjam uang secara *online* dan agar tidak dirugikan oleh *fintech* yang illegal atau oknum yang tak bertanggung jawab (Achmad, 2019). Berdasarkan keterkaitan latar belakang peneliti dan fenomena yang diangkat sebelumnya, untuk itulah peneliti mengambil judul “**Pengaruh Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan Peer to Peer Lending**”.

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) berasal dari *Theory of Reasoned Action* (I Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein & Ajzen, 1975). *Theory of Reasoned Action* (TRA) adalah teori kognitif yang dibangun di atas Model Nilai Harapan (Fishbein & Ajzen, 1975) dimana Model Nilai Harapan berupaya menjelaskan perbedaan antara sikap dan perilaku. Namun temuan dari penelitian terdahulu tersebut menyatakan bahwa hasil yang didapat kurang memuaskan serta banyak ditemukan hasil hubungan yang lemah antara pengukuran keduanya. Setelah adanya penemuan dari hasil penelitian terdahulu kurang begitu memuaskan maka Fishbein dan Ajzen mulai mengembangkan Teori Tindakan Beralasan yang dikenal sebagai *Theory of Reasoned Action* (I Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein & Ajzen, 1975). Menurut *Theory of Reasoned Action*, perilaku individu ditentukan oleh minat perilaku untuk menjalankan perilaku, sedangkan minat dimoderasi oleh Sikap individu terhadap perilaku dan norma subyektif yang dirasakan terkait dengan kinerja perilaku. Teori ini memprediksi bahwa individu akan berminat untuk melaksanakan suatu perilaku jika mereka merasakan evaluasi positif dari hasil dan jika

mereka percaya bahwa orang lain yang penting menyetujui perilaku itu (Ajzen & Fishbein, 1980).

Pada tahun-tahun berikutnya model *Theory of Reasoned Action* menerima kritik bahwa sebagian besar perilaku jarang terjadi atas kemauan sendiri dan teorinya diperluas dengan konstruk *Perceived Behavior Control*. Konstruk tersebut telah divalidasi secara empiris sebagai komponen penting untuk memprediksi perilaku dan kekuatan atas penjelasan nilai dari TRA yang secara signifikan lebih rendah dalam banyak penelitian ketika konstruk tersebut dikeluarkan (Chang, 1998). Dengan dimasukkannya konstruksi *Perceived Behavioral Control*, teori TRA diubah namanya menjadi *Theory of Planned Behavior* (TPB). TPB berusaha menjelaskan bagaimana tindakan manusia ditentukan pada tingkat kognitif, asalkan perilaku yang diselidiki adalah disengaja atau tidak disengaja (Ajzen, 1991). Bentuk yang lengkap dari teori ini menyatakan bahwa perilaku didahului oleh minat yang secara langsung dimoderasi oleh tiga faktor yaitu Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Persepsi (PBC).

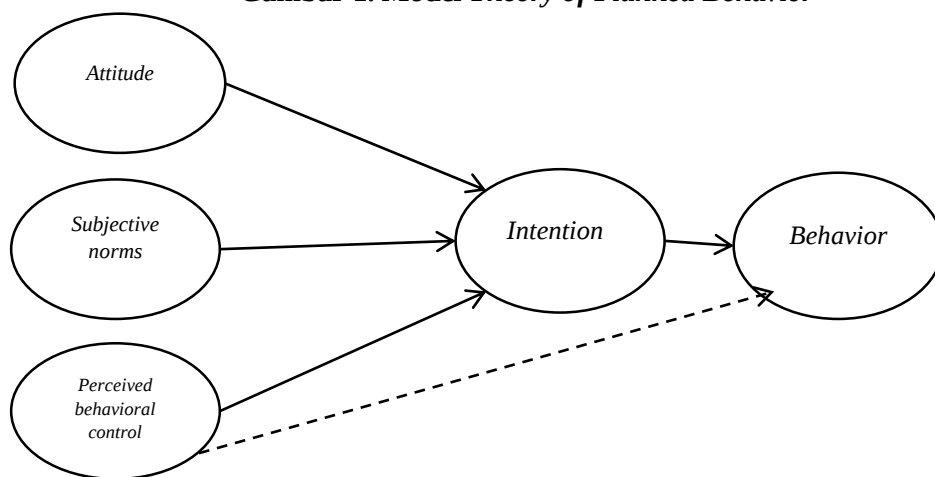
TPB memiliki tiga konstruksi utama yang Sikap, Norma Subjektif dan PBC yang ditentukan oleh keyakinan yang mendasarinya. Secara khusus, sikap terhadap perilaku mewakili evaluasi positif atau negatif seseorang terhadap perilaku tertentu. Hal ini tergantung pada keyakinan seseorang mengenai hasil dari perilaku yang

diukur melalui evaluasi yang sesuai dengan keinginan hasil yang didapat. Kedua komponen tersebut ditimbang untuk menghasilkan estimasi sikap yang disukai atau tidak menguntungkan terhadap suatu perilaku.

Norma subjektif di sisi lain, didefinisikan sebagai penilaian seseorang terhadap kondisi pendukung yang penting bagi orang tersebut menyetujui atau tidak menyetujui perilaku yang akan dilakukan atau dengan kata lain adanya pengaruh tekanan sosial yang dialami seseorang untuk melaksanakan perilaku tertentu. Menurut teori tersebut, ada dua komponen yang berinteraksi untuk membentuk Norma Subjektif yang pertama kepercayaan normatif tentang bagaimana lingkungan sosial seseorang atau orang-orang yang pendapatnya dianggap berharga oleh individu yang akan mengharapkannya untuk berperilaku dan kedua, motivasi seseorang untuk mematuhi keyakinan normatif.

Persepsi kontrol perilaku berkaitan dengan kemampuan individu untuk dapat melakukan perilaku dalam memenuhi keinginan. Karenanya kontrol perilaku merujuk pada faktor yang dapat memfasilitasi atau menghambat kinerja perilaku tertentu. Jadi, variabel yang menjadi pembeda pada *Theory of Planned Behavior* ini adalah variabel *Perceived Behavior Control* seperti yang tertuang pada model penelitian *Theory of Planned Behavior*.

Gambar 1. Model *Theory of Planned Behavior*



Sumber: Ajzen, 2002

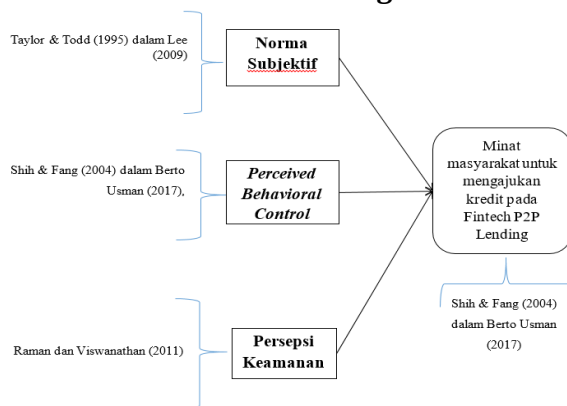
Theory of Planned Behavior adalah suatu teori yang menjelaskan tentang bagaimana

seseorang dapat bertindak dengan berdasarkan intensitasnya jika individu memiliki control

terhadap perilakunya (Ajzen, 2002). *Theory of Planned Behavior* bukan hanya menekankan pada rasionalitas dari tingkah perilaku individu, melainkan juga pada keyakinan dari tingkah laku itu berada pada kontrol kesadaran individu.

Penelitian ini hanya mengadopsi dua variabel dalam *Theory of Planned Behavior* untuk menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan peer to peer lending. Selain menggunakan variabel TPB juga ditambahkan dengan variabel persepsi keamanan. Untuk lebih jelasnya dapat digambarkan melalui model kerangka teoritis pada gambar berikut:

Gambar 2. Kerangka Teoritis



Konsep Minat Masyarakat dalam Menggunakan Peer to Peer Lending

Suatu hasil yang menyatakan bahwa minat dapat memprediksi suatu perilaku dengan akurat bukan berarti dapat memberikan informasi yang banyak tentang alasan atau sebab ketika melakukan suatu perilaku. Menurut Fishbein dan Ajzen (1980) (dikutip oleh Jogiyanto, 2007:31) mengenalkan suatu teori yang bernama *Theory of Reasoned Action* (Teori Tindakan Beralasan) yang untuk menjelaskan penyebab-penyebab kausal dari perilaku yang dikehendaki.

Menurut *Theory of Reasoned Action*, minat merupakan fungsi dari dua faktor dasar, yang pertama berhubungan dengan faktor pribadi dan yang kedua berhubungan dengan faktor sosial. Faktor pribadi terdapat hubungannya dengan sikap terhadap perilaku individu (*attitude toward the behavior*). Faktor sosial tentu berhubungan dengan pengaruh sosial yang berarti itu adalah norma subjektif (*subjective norm*) (Jogiyanto,

2007:31-32). Namun, menurut *Theory of Planned Behavior* yang merupakan teori pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*, memiliki satu faktor dasar yaitu kontrol perilaku persepsian (*Perceived Behavioral Control*).

Pengembangan Hipotesis Norma Subjektif

Norma subjektif adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan atau keyakinan orang lain yang dapat memengaruhi intensi/minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan atau akan dilakukan (Jogiyanto, 2007: 119).

Binalay, Mandey, & Mintardjo (2016) bahwa dalam penelitiannya norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli secara *online* pada mahasiswa FEB Unsrat. Yeo dan Fisher (2017) menyatakan dalam penelitiannya bahwa norma subjektif memiliki pengaruh yang memang dirasa penting dalam mengadopsi layanan keuangan *mobile* dari sudut pandang konsumen dan dampak penggunaan layanan keuangan *mobile* terhadap kemampuan keuangan.

Diani (2017) dalam penelitiannya tentang pengukuran minat pengguna terhadap penggunaan aplikasi City113, memberikan hasil berbeda bahwa variabel norma subjektif secara *negative* tidak signifikan mempengaruhi variabel *intention to use* dalam menilai minat pengguna terhadap penggunaan aplikasi City113. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Shih dan Fang (2004) tentang penggunaan *i-banking*. Penelitian yang dilakukan Shih dan Fang (2004) menunjukkan hasil norma subjektif tidak mempengaruhi minat individu dalam menggunakan teknologi informasi tertentu. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1: Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending

Pengembangan Hipotesis Perceived Behavioral Control (PBC)

Menurut teori perilaku terencana, kontrol perilaku yang dipersepsikan (*Perceived Behavioral Control*), bersama dengan minat

perilaku dapat digunakan secara langsung dalam memprediksi pencapaian perilaku (Ajzen, 1991). Sumber daya dan peluang yang tersedia bagi seseorang dapat dimanfaatkan sampai batas tertentu serta harus menentukan kemungkinan pencapaian perilaku. Hal ini berarti PBC memainkan peranan penting dalam *theory of planned behavior*.

Penelitian yang dilakukan oleh Amanda & Restuti (2017) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi terkomputerisasi menunjukkan hasil pengujiannya bahwa variabel kontrol perilaku persepsian berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi terkomputerisasi. Hasil analisis dalam penelitian Mas'ud (2012) menunjukkan bahwa *Perceived Behavioral Control* nasabah bank memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keinginan menggunakan ATM. Hal ini berarti semakin baik kontrol perilaku yang dipersepsikan nasabah bank terhadap produk layanan bank, maka keinginan untuk menggunakan ATM akan semakin meningkat.

Diani (2017) dalam penelitiannya tentang pengukuran minat pengguna terhadap penggunaan aplikasi City113, menunjukkan hasil yang berbeda yaitu variabel *Perceived Behavioral Control* secara *negative* dan tidak signifikan mempengaruhi variabel *intention to use* dalam menilai minat pengguna terhadap penggunaan aplikasi City113. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan untuk hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H2: *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016:8).

Pengembangan Hipotesis Persepsi Keamanan

Persepsi Keamanan *online* didefinisikan sebagai persepsi pengguna *online* tentang bagaimana mereka dilindungi dari risiko yang terkait dengan keamanan (Mekovec & Hutinski, 2012). Flavia'n dan Guinali'u (2006) mendefinisikan persepsi keamanan sebagai kemungkinan kepercayaan subjektif yang dimiliki konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan, dan dimanipulasi oleh pihak lain selama dalam proses dan penyimpanan, sehingga timbul harapan kepercayaan dalam diri mereka.

Magnadi dan Alwafi (2016) bahwa dalam penelitiannya menyatakan variabel persepsi keamanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat beli secara *online* pada konsumen. Jika semakin baik tingkat keamanan, maka minat beli atau transaksi kegiatan *online* juga semakin tinggi. Hasil yang sama juga dikemukakan oleh Mulyana (2016) bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli konsumen pada tokoonline OLX.co.id.

Hal yang berbeda diungkapkan oleh Yutadi (2014) bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-commerce. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Zakaria (2013) juga menyatakan bahwa persepsi keamanan secara *negative* tidak ada keterkaitan dengan tingkat kekhawatiran pencurian data atau identitas pelanggan. Dari uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis untuk penelitian ini yaitu:

H3: Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Penelitian eksplanatori memiliki tujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui uji hipotesa dengan rumus yang telah disusun, sehingga dapat mengetahui berapa besar arah hubungan yang terjadi (Sugiyono, 2014). Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji hipotesis dan menjelaskan hubungan antar variabel, yaitu pengaruh Norma Subjektif, *Perceived Behavioral Control*, dan Persepsi

Keamanan terhadap Minat masyarakat dalam pengajuan kredit di *Peer to Peer Lending*.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Malang yang pernah mengambil atau mengajukan pinjaman, baik pada lembaga keuangan atau yang lain. Jumlah populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini belum diketahui secara pasti. Hal ini disebabkan tidak terdapat data yang relevan dan akurat tentang informasi jumlah masyarakat yang pernah mengajukan kredit sebelumnya di Kota Malang.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 130 responden yang pernah mengambil kredit baik pada lembaga keuangan maupun pinjaman online, dan responden berasal dari Kota Malang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei berupa penyebaran kuesioner. Kuesioner dibuat untuk mendapatkan sejumlah data kuantitatif atau menghasilkan data primer.

Prosedur pengambilan sampel nonprobabilitas dalam penelitian ini menggunakan *convenience sampling*, yaitu teknik atau prosedur dalam menentukan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti, dapat digunakan sebagai sampel dan jika orang yang secara kebetulan tersebut cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016:85).

Norma Subjektif

Fishbein dan Ajzen (1975) menyatakan bahwa norma subjektif merupakan persepsi individu yang dipengaruhi oleh tekanan sosial yang memiliki pengaruh dalam menampilkan atau tidak menampilkan suatu perilaku tertentu. Penelitian ini menggunakan norma subjektif sebagai variabel berdasarkan konsep dari Fishbein dan Ajzen (1975) dengan indikator sebagai berikut:

1. *Normatives beliefs*
2. *Motivation to comply*

Berdasarkan pada indikator norma subjektif, peneliti membuat pengukuran dengan menjabarkan indikator tersebut menjadi 3 (tiga) pernyataan dalam kuesioner yang dideskripsikan sebagai berikut:

1. Orang yang penting bagi saya akan berpikir bahwa saya harus menggunakan P2P *Lending* untuk mengajukan kredit

2. Orang-orang yang pendapatnya berharga bagi saya lebih suka saya menggunakan P2P *Lending* untuk mengajukan kredit
3. Berita iklan media dan ulasan orang lain mempengaruhi pikiran saya bahwa saya harus menggunakan P2P *Lending*

Perceived Behavioral Control

Ajzen (1985) berpendapat bahwa *Perceived Behavioral Control* (PBC) merupakan salah satu faktor penting dalam intensi perilaku. Faktor dalam PBC lebih mengacu kepada persepsi kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dari melakukan tindakan dengan asumsi adanya pengalaman di masa lalu sebagai bentuk antisipasi adanya hambatan dan rintangan. Penelitian ini menggunakan *perceived behavioral control* sebagai variabel berdasarkan konsep dari Ajzen (1975) dengan indikator sebagai berikut:

1. *Control beliefs*
2. *Perceived power*

Berdasarkan pada indikator *perceived behavioral control*, peneliti membuat pengukuran dengan menjabarkan indikator tersebut menjadi 3 (tiga) pernyataan dalam kuesioner yang dideskripsikan sebagai berikut:

1. Saya memiliki sumber daya, pengetahuan dan kemampuan untuk menggunakan P2P *Lending*
2. Saya akan dapat menggunakan P2P *Lending* dengan baik saat mengajukan pinjaman
3. Secara umum, saya memiliki kendali atas penggunaan atau akses platform P2P *Lending* kapan saja dan dimana saja

Persepsi Keamanan

Kim, Ferrin, dan Rao (2008) dalam Mekovec dan Hutinski (2012) menyatakan bahwa Persepsi Keamanan atau *Perceived Security Protection* (PSP) adalah untuk menggambarkan persepsi konsumen bahwa vendor internet akan memenuhi persyaratan keamanan, seperti layanan otentikasi, integritas, dan enkripsi. Park dan Kim (2006) (dikutip Mahardheka, 2018:22) mendefinisikan keamanan sebagai kemampuan toko *online* dalam melakukan pengendalian dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Penelitian ini menggunakan persepsi keamanan sebagai variabel dengan mengacu pada indikator keamanan dari Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011) yaitu:

1. Jaminan keamanan
2. Kerahasiaan data

Berdasarkan pada indikator persepsi keamanan, peneliti membuat pengukuran dengan menjabarkan indikator tersebut menjadi 3 (tiga) pernyataan dalam kuesioner yang dideskripsikan sebagai berikut:

1. Saya merasa aman saat mengajukan kredit *online* di P2P Lending
2. Menurut saya, pengajuan kredit *online* di P2P Lending dilakukan dengan proses yang aman dan terjamin
3. Saya yakin informasi pribadi saya akan dijaga kerahasiaannya oleh penyelenggara P2P Lending

Minat Penggunaan

Minat menurut Simamora (2002) (dikutip oleh Wibowo dan Japariato, 2013, hal.6) merupakan sesuatu yang bersifat pribadi dan berhubungan dengan sikap individu yang tertarik pada suatu objek yang mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku dalam mendekati ataupun untuk mendapatkan objek tersebut. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur minat didasarkan dari konsep Venkatesh *et al.* (2003), diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Keinginan untuk menggunakan (*intention to use*)
2. Usaha untuk menggunakan (*effort to use*)
3. Rencana penggunaan di masa yang akan datang (*plan for future use*)

Berdasarkan pada indikator minat penggunaan, peneliti membuat pengukuran dengan menjabarkan indikator tersebut menjadi 3 (tiga) pernyataan dalam kuesioner yang dideskripsikan sebagai berikut:

1. Saya bermaksud menggunakan P2P Lending untuk mengajukan kredit
2. Saya berencana menggunakan P2P Lending di masa depan untuk mengajukan kredit
3. Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk mengajukan kredit di P2P Lending

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert, skala likert termasuk kedalam skala ordinal. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang maupun kelompok mengenai

fenomena sosial (Sugiyono, 2016:93). Skala Likert menurut Sekaran (2006) merupakan skala pengukuran yang didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan dinyatakan pada skala 5 poin. Pengukuran dengan skala lima poin ini dimulai dari sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), sampai dengan sangat setuju (SS).

Model Struktural

Persamaan Struktural dalam penelitian ini adalah:

$$INT = \beta_1 SN + \beta_2 PBC + \beta_3 PK + e$$

Keterangan :

INT	:Minat (<i>Intention</i>) masyarakat dalam menggunakan P2P Lending
SN	:Norma Subjektif (<i>Subjective Norms</i>)
PBC	:Persepsi Kontrol Perilaku (<i>Perceived Behavioral Control</i>)
PK	: Persepsi Keamanan
β_1 - β_3	: Koefisien Regresi
e	: Faktor Kesalahan (<i>Error</i>)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peneliti berhasil menyebarkan 130 kuesioner di Kota Malang, Jawa Timur. Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti, sebanyak 115 kuesioner berhasil kembali namun jumlah kuesioner yang dapat diolah dan memenuhi kriteria hanya berjumlah 100 kuesioner dan 15 kuesioner dinyatakan tidak memenuhi kriteria sebagai data penelitian. Hal ini disebabkan karena 4 kuesioner diisi tidak pernah mengambil kredit dan 11 diantaranya diisi oleh mahasiswa yang belum memiliki pekerjaan.

Total Effect dan Nilai R^2

Total *effect* menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Tabel 1 menyajikan data nilai untuk variabel norma subjektif sebesar 0,282, artinya bahwa variasi perubahan variabel minat masyarakat dalam proses pengajuan kredit pada P2P Lending dapat dijelaskan oleh variabel norma subjektif sebesar 28,2% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Nilai variabel

perceived behavioral control sebesar 0,350, artinya bahwa variasi perubahan variabel minat masyarakat dalam proses pengajuan kredit pada *P2P Lending* dapat dijelaskan oleh variabel *perceived behavioral control* sebesar 35% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Nilai variabel persepsi keamanan sebesar 0,332 artinya bahwa variasi perubahan variabel minat masyarakat dalam proses pengajuan kredit pada *P2P Lending* dapat dijelaskan oleh variabel persepsi keamanan sebesar 33,2% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain

R-square (R^2) digunakan untuk tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen (Abdillah dan Hartono, 2015:62). Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Hasil uji *R-square* dapat dilihat pada tabel 1 Nilai Adjusted R^2 INT atau minat masyarakat dalam proses pengajuan kredit pada *P2P Lending* sebesar 0,722. Artinya variabel independen dalam model penelitian ini mampu menggambarkan variabel dependen sebesar 72,2%, sedangkan sisanya digambarkan oleh variabel lain.

Tabel 1. Nilai R^2

	R2
SN	0.282
PBC	0.350
PK	0.332
INT (adjusted)	0.722

Sumber: Data diolah (2019)

Keterangan: SN (*subjective norm*/norma subjektif), PBC (*perceived behavioral control*), PK (persepsi keamanan), INT (*intention*/minat)

Nilai Path Coefficient

Nilai *path coefficient* menurut Abdillah dan Hartono (2015) adalah sebagai petunjuk tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat estimasi dari *path coefficient* dan nilai *t-statistic* dengan signifikansi pada $\alpha = 5\%$. Jika nilai *t-statistic* lebih tinggi dibandingkan *t*-tabel sebesar 1,64 untuk hipotesis *one-tailed* dan nilai *p-values* $< 0,5$ maka hipotesis dapat diterima. Berikut adalah nilai *path coefficient* untuk penelitian ini:

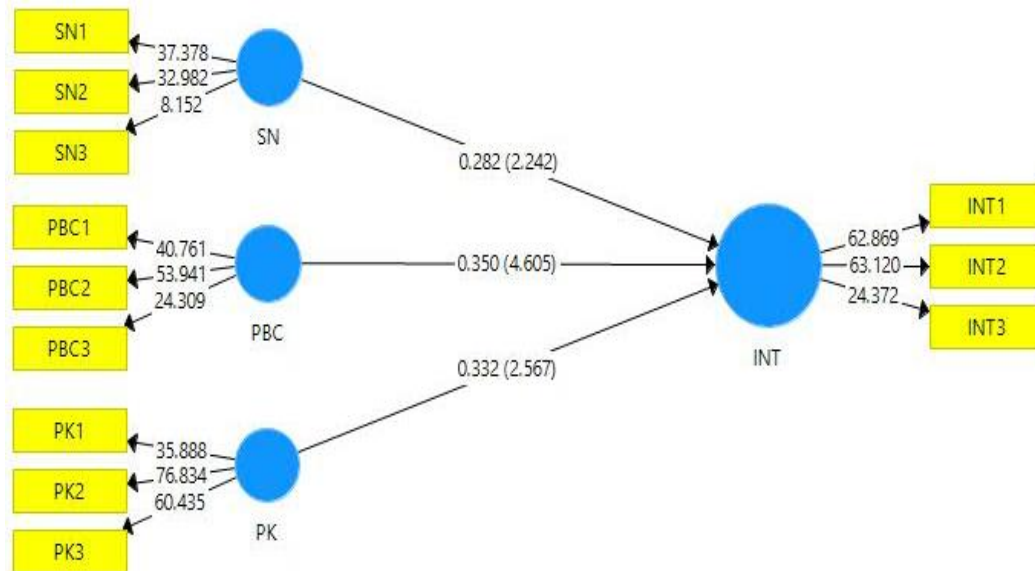
Tabel 2
Nilai Path Coefficient

Konstruk ke Indikator	<i>Original Sample</i> (O)	<i>Sample Mean</i> (M)	<i>Standard Deviation</i> (STDEV)	<i>T Statistics</i> (O/STDEV)	<i>P Value</i>
SN -> INT	0.282	0.275	0.126	2.242	0.025
PBC -> INT	0.350	0.348	0.076	4.605	0.000
PK -> INT	0.332	0.339	0.129	2.567	0.011

Sumber: Data diolah (2019)

Keterangan: SN (*subjective norm*/norma subjektif), PBC (*perceived behavioral control*), PK (persepsi keamanan), INT (*intention*/minat)

Gambar 3
Model Struktural Pengujian Hipotesis



Sumber: Data diolah (2019)

Hasil pengujian hipotesis akan diuraikan berdasarkan hasil analisis tabel 2 dan gambar 3, berikut adalah uraian hasil uji hipotesis:

1. Hipotesis 1

Hipotesis 1 menyatakan bahwa variabel norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending. Berdasarkan hasil uji yang ada pada tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai beta (β) yaitu positif sebesar 0,282, nilai P-Values sebesar 0,025, dan nilai T-statistic variabel norma subjektif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending sebesar 2,242. Nilai P-Values lebih kecil dari 0,05 dan nilai t-statistic variabel norma subjektif lebih besar dari 1,64. Jadi dapat disimpulkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending, maka dari hasil uji hipotesis tersebut menyatakan bahwa **hipotesis 1 diterima**.

2. Hipotesis 2

Hipotesis 2 menyatakan bahwa variabel *perceived behavioral control* berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P

Lending. Berdasarkan hasil uji yang ada pada tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai beta (β) yaitu positif sebesar 0,350, nilai P-Values sebesar 0,000, dan nilai T-statistic variabel *perceived behavioral control* terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending sebesar 4,605. Nilai P-Values lebih kecil dari 0,05 dan nilai t-statistic variabel *perceived behavioral control* lebih besar dari 1,64. Jadi dapat disimpulkan bahwa *perceived behavioral control* berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending, maka dari hasil uji hipotesis tersebut menyatakan bahwa **hipotesis 2 diterima**.

3. Hipotesis 3

Hipotesis 3 menyatakan bahwa variabel persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending. Berdasarkan hasil uji yang ada pada tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai beta (β) yaitu positif sebesar 0,332, nilai P-Values sebesar 0,011, dan nilai T-statistic variabel persepsi keamanan terhadap minat masyarakat dalam proses pengajuan kredit pada P2P Lending sebesar 2,567. Nilai P-Values lebih kecil dari

0,05 dan nilai *t-statistic* variabel persepsi keamanan lebih besar dari 1,64. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat

Pembahasan Pengaruh Positif dari Norma Subjektif Terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan P2P Lending

Hipotesis pertama adalah norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending. Norma subjektif mengacu pada norma-norma sosial yang dapat mempengaruhi persepsi individu masyarakat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis 1 diterima, atau dengan kata lain norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending. Hasil penelitian ini menunjukkan ketika norma-norma sosial di lingkungan masyarakat mendorong individu untuk mengajukan kredit pada P2P Lending maka akan meningkatkan minat masyarakat tersebut. Mengacu pada Gambar 3 pengaruh norma subjektif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending untuk memperoleh pinjaman adalah sebesar 0,282. Angka ini menunjukkan bahwa 28,2 persen minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending dipengaruhi secara positif oleh norma subjektif.

Hasil pengujian hipotesis ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mintardjo, Mandey, & Binalay (2016); Yeo dan Fisher (2017); dan Usman (2017). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi dorongan pihak eksternal terhadap pemanfaatan suatu teknologi informasi maka akan meningkatkan minat individu dalam menggunakan teknologi informasi tertentu.

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini ternyata tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Shih dan Fang (2004 tentang penggunaan *i-banking* oleh nasabah Bank Taipei. Penelitian Shih dan Fang (2004) menunjukkan hasil norma subjektif tidak memengaruhi minat individu

masyarakat dalam menggunakan P2P Lending, maka dari hasil uji hipotesis tersebut menyatakan bahwa **hipotesis 3 diterima**.

dalam menggunakan teknologi informasi tertentu. Hal ini dikarenakan individu menganggap pendapat eksternal tidak penting sehingga tidak memberikan pengaruh pada minat individu tersebut. Hal ini sangat berbeda dengan masyarakat yang berada di Kota Malang, dimana pada daerah ini mempunyai budaya atau kebiasaan untuk meminta pendapat dari orang-orang terdekat dikarenakan untuk mencegah hal-hal atau kemungkinan yang tidak diinginkan di masa depan.

Pembahasan Pengaruh Positif dari Perceived Behavioral Control Terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan P2P Lending

Hipotesis kedua adalah pengaruh *perceived behavioral control* terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending. *Perceived behavioral control* lebih menekankan tentang kemudahan atau kesulitan yang dirasakan setelah mendapatkan pengalaman yang pernah dilakukan sebelumnya. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis 3 diterima, artinya *perceived behavioral control* berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P Lending. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketika perilaku masyarakat dibatasi oleh beberapa keterbatasan maka akan memengaruhi minat masyarakat tersebut. Gambar 3 menunjukkan bahwa pengaruh *perceived behavioral control* terhadap minat masyarakat adalah sebesar 0,350. Angka ini menunjukkan bahwa 35 persen minat masyarakat dipengaruhi oleh *perceived behavioral control*.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Amanda & Restuti (2017) dalam penelitiannya tentang faktor-faktor

yang mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi terkomputerisasi menunjukkan hasil bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi terkomputerisasi. Selanjutnya penelitian dari Mas'ud (2012) bahwa *perceived behavioral control* nasabah bank memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keinginan menggunakan ATM. Walaupun dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terdapat perbedaan objek dengan yang diteliti saat ini, namun penelitian sebelumnya memiliki kesamaan karakteristik seperti pengujian faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi.

Hasil pengujian hipotesis di dalam penelitian ini ternyata tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Diani (2017). Hasil penelitian Diani (2017) menunjukkan hasil yang berbeda atau *negative* yaitu variabel *Perceived Behavioral Control* secara *negative* dan tidak signifikan mempengaruhi variabel *intention to use* dalam menilai minat pengguna terhadap penggunaan aplikasi City113. Penelitian yang dilakukan Diani (2017) mengindikasikan bahwa minat individu dalam menggunakan suatu teknologi tidak akan terpengaruh oleh keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi individu, hal ini dikarenakan individu tersebut cenderung untuk mau mencoba dan mempelajari teknologi baru. Sedangkan untuk penelitian ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki keterbatasan cenderung untuk lebih mempertimbangkan lagi untuk menggunakan atau mencoba hal baru maka dengan begitu minat individu dalam menggunakan suatu teknologi informasi tertentu akan mudah berpengaruh.

Pembahasan Pengaruh Positif dari Persepsi Keamanan Terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan P2P Lending

Hipotesis ketiga adalah pengaruh positif persepsi keamanan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P *Lending*. Persepsi keamanan adalah bentuk pendapat dari konsumen atas keamanan dalam melakukan transaksi baik *online* maupun *offline*. Hasil pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima, artinya persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P *Lending*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat keamanan dalam proses transaksi pada *platform* P2P *Lending* maka semakin tinggi minat masyarakat dalam menggunakan P2P *Lending* untuk mendapatkan pinjaman. Gambar 3 menunjukkan bahwa pengaruh persepsi keamanan terhadap minat masyarakat adalah sebesar 0,332. Angka ini menunjukkan bahwa 33,2 persen minat masyarakat dipengaruhi oleh persepsi keamanan.

Hasil pengujian hipotesis di dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Magnadi dan Alwafi (2016); Mulyana (2016); dan Jahangir dan Begum (2008). Hasil penelitian Magnadi dan Alwafi (2016) bahwa dalam penelitiannya menyatakan variabel persepsi keamanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat beli secara *online* pada konsumen. Mulyana (2016) bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli konsumen pada toko *online* OLX.co.id. Jahangir dan Begum (2008) menyatakan bahwa persepsi keamanan dan privasi berhubungan secara signifikan dan positif dengan adaptasi pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan merupakan faktor penting apabila bertransaksi atau berhubungan dengan internet.

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yutadi (2014). Yutadi (2014) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-commerce*. Penelitian tersebut sangat berbeda dengan

responden daerah Kota Malang, hal ini dikarenakan masyarakat atau individu beranggapan bahwa suatu transaksi yang dilakukan secara *online* harus ada syarat atau faktor keamanan untuk dapat digunakan dengan aman dan begitu sebaliknya apabila

KESIMPULAN

Minat masyarakat dalam menggunakan *Peer to Peer Lending* di Kota Malang cukup tinggi. Masyarakat beranggapan bahwa *Peer to Peer Lending* adalah sebuah inovasi teknologi baru dalam bidang keuangan khususnya dalam hal kredit dan masyarakat mempunyai ketertarikan untuk mencoba menggunakan *platform Peer to Peer Lending* di masa yang akan datang dan yakin bersedia apabila teknologi keuangan dalam hal penyaluran kredit dapat memberikan manfaat serta kemudahan bagi masyarakat.

Norma subjektif merupakan tekanan sosial dalam masyarakat ketika mereka akan memutuskan untuk menggunakan *Peer to Peer Lending* sebagai *alternative* untuk mendapatkan pinjaman yang secara langsung berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam pengajuan kredit pada *Peer to Peer Lending*. Meskipun indikator dengan pengukur persepsi norma subjektif telah diubah menjadi lebih kompleks namun hasil yang didapat tetaplah sama. Suatu hal yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu adanya bentuk dukungan keluarga dekat dan teman dekat yang terbukti memberikan pengaruh secara langsung dan juga adanya pengaruh dari media iklan turut serta. Hal ini dikarenakan individual masyarakat membutuhkan dana atau modal dengan memutuskannya secara bersama-sama berdasarkan adanya pengalaman atau ulasan dari orang terdekat mereka yang sebelumnya pernah mengajukan kredit, kemudian adanya pengalaman meminjam dari lembaga keuangan lain yang mempersulit proses kredit masyarakat, sehingga *Peer to Peer Lending* lebih dipertimbangkan keberadaannya oleh masyarakat saat ingin mendapatkan dana atau modal pinjaman dengan mudah dan cepat.

belum ada maka masyarakat enggan untuk menggunakan P2P *Lending*. Maka hal ini persepsi keamanan mempengaruhi secara positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan P2P *Lending*.

Perceived Behavioral Control memberikan pengaruh positif dalam minat masyarakat dalam proses pengajuan kredit yang artinya semakin tinggi *Perceived Behavioral Control* atau rasa yakin dan percaya diri seorang masyarakat tentang kemampuannya sebagai faktor pendukung untuk dapat menggunakan atau mengakses *Peer to Peer Lending* dalam mengajukan kredit, maka akan semakin kuat pula minat masyarakat untuk dapat mengajukan proses kredit di *Peer to Peer Lending*. Kesimpulannya, jika masyarakat akan mengajukan kredit, mereka akan mempunyai rasa tanggung jawab besar saat mereka telah mendapatkan kredit dengan berusaha bekerja keras untuk dapat melunasi tepat waktu dan masyarakat juga memiliki kendali atas penggunaan atau akses yang mereka lakukan di *Peer to Peer Lending* dimanapun dan kapanpun.

Persepsi keamanan penggunaan *Peer to Peer Lending* memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam proses pengajuan kredit. Sehingga tingkat keamanan layanan dari *platform Peer to Peer Lending* begitu diperhatikan ketika akan melakukan proses transaksi dikarenakan transaksi pinjam meminjam yang dilakukan secara *online* ini dianggap memiliki risiko.

KETERBATASAN PENELITIAN

Jumlah pengguna *Peer to Peer Lending* pada lingkungan daerah yang diteliti oleh peneliti masih belum begitu banyak, maka peneliti sulit untuk menentukan jumlah populasinya, sehingga populasi dalam penelitian ini belum diketahui secara pasti maka peneliti menggunakan responden yang pernah mengajukan kredit baik pada *Peer to Peer Lending* maupun pada lembaga atau tempat pengajuan kredit yang lain.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah peneliti kemukakan, selanjutnya peneliti memberikan saran untuk penelitian berikutnya yaitu untuk lebih memperluas cakupan penelitian dengan konteks yang berbeda, misalnya pada lingkup komunitas pengguna *Peer to Peer Lending* atau cakupan wilayah penelitian yang lebih luas.

Saran yang dapat peneliti berikan untuk pembuat kebijakan yaitu lebih memperketat

keamanan layanan dan mengkaji lebih jauh atas transaksi dari proses pinjam meminjam yang dilakukan melalui sistem *online* oleh baik penyelenggara ataupun pengguna *Peer to Peer Lending*.

Saran selanjutnya untuk perusahaan penyelenggara *Peer to Peer Lending*, yaitu lebih memperhatikan dan mematuhi peraturan terkait *Fintech* dan terus mengupayakan perbaikan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan *Peer to Peer Lending*.

REFERENSI

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto Hartono. (2015). Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit C.V. Andi Offset.
- Achmad. (2019). Dorong Literasi Keuangan di Kalangan Masyarakat, Kredit Pintar Tingkatkan Edukasi Fintech Melalui Universitas di Kota Malang. Diakses melalui website Jatim Fokus <https://jatimfokus.com/dorong-literasi-keuangan-di-kalangan-masyarakat-kredit-pintar-tingkatkan-edukasi-fintech-melalui-universitas-di-kota-malang/>
- A.G. Binalay., S.L. Mandey., & C.M. O. Mintardjo. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Motivasi terhadap Minat Beli secara *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Manado. *Jurnal EMBA Analisis Penerapan Pemungutan*, Vol.4 No.1 Maret 2016, Hal. 395-406
- Ardela, Fransiska.(2017). *Teknologi Finansial: Tengok Dulu Perkembangan Fintech di Indonesia* (artikel). diakses dari website Finansialku.com <https://www.finansialku.com/perkembangan-Fintech-di-indonesia/>
- Ajzen, I. (1985). From intention to actions: A theory of planned behavior. Dalam J. Kuhl dan J. Beckman (Editor). *Action control: From cognition to Behavior*. Berlin: Springer-Verlag.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). Understanding *Attitudes* and predicting social behaviour. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Ajzen, Icek.(1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 179-211 (1991).
- Almawadi, Issa.(2018). *Jumlah Peminjam di Fintech P2P Lending Tumbuh 4 Kali Lipat hingga Juni 2018*. Diakses melalui website <https://www.bareksa.com/id/text/2018/09/06/jumlah-peminjam-di-Fintech-p2p-Lending-tumbuh-4-kali-lipat-hingga-juni-2018/20256/news>
- Amanda, K.R., & Restuti, MI.M.D.(2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Terkomputerisasi pada UKM

- (Pendekatan Theory of Planned Behavior). *Jurnal Akuntansi Vol.9 No.1 Mei 2017: 23 - 33*
- Diani, Mira. (2017). Pengukuran Minat Pengguna terhadap Penggunaan Aplikasi City113 Berdasarkan *Decomposed Theory of Planned Behavior* pada Kota Surabaya (Tugas Akhir). Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Fishbein, M, & Ajzen I. (1975). Belief, attitude, intention, and behaviour: An introduction to theory and research. *Reading, MA: Addison-Wesley.*
- Jahangir, N., dan Begum, N. (2008). The role of perceived usefulness, perceived ease of use, security and privacy, and customer attitude to engender customer adaptation in the context of electronic banking. *African Journal of Business Management Vol.2 (1), pp. 032-040.*
- Jogiyanto, Prof,Akt, MBA, Phd.(2008).*Sistem Informasi Keperilakuan*.Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Jogiyanto, Prof,Akt, MBA, Phd.(2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*.Yogyakarta:ANDI
- Magnadi, R.H., & Alwafi, F.(2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap minat beli secara *online* pada situs jual beli Tokopedia.com. *Diponegoro Journal of Management, Volume 5, Nomor 2, Tahun 2016, Halaman 1-15*
- Mahardheka, Marselle.(2018). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan terhadap Minat Pembelian *Online* pada Website Aliexpress.com *TPB* (Skripsi tidak dipublikasi). Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisni, Universitas Brawijaya, Malang
- Masyrafina, I., & Raharjo, B. (2018). Fintech Amarta Sinergi Dengan 4 BPR Malang. Diakses melalui website Republika <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/fintech/18/07/08/pbjoha415-fintech-amarta-sinergi-dengan-4-bpr-malang>
- Mas'ud, M.H.(2012).Pengaruh Sikap, Norma-Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Nasabah Bank Terhadap Keinginan Untuk Menggunakan Automatic Teller Machine (Atm) Bank Bca di Kota Malang . *Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Volume 1, Nomor 3, Desember 2012*
- Mekovec, R., & Hutinski, Z. (2012). The role of perceived privacy and perceived security in *online* market. MIPRO 2012/ISS, University of Zagreb, Faculty of organization and informatics, Varaždin, Croatia
- Muhammad, Imadudin. (2019). Dukung Pembangunan Nasional, Pemkot Malang Bakal Kembangkan Fintech. Diakses melalui website Times Indonesia <https://www.timesindonesia.co.id/read/213338/20190509/144059/dukung-pembangunan-nasional-pemkot-malang-bakal-kembangkan-fintech/>

- Raman, Arasu., dan Viswanathan, A. (2011). Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on:Wireless Information Networks & Business Information System*, hal.54-60.
- Sekaran, Uma, 2006. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Jakarta: Salemba Empat.
- Shih, Y. and Fang, K. (2004) The Use of a Decomposed Theory of Planned Behavior to Study Internet Banking in Taiwan. *Internet Research*, 14, 213-223.
- Sugiyono.(2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:Alfabeta
- Suwarjono. (2018). Netzme Dorong Pengusaha Malang Gabungkan Kreatifitas dan Fintech. Diakses melalui website Suara <https://www.suara.com/bisnis/2018/09/19/001843/netzme-dorong-pengusaha-malang-gabungkan-kreatifitas-dan-fintech>
- Usman, Berto.(2017). A Glancing Meteor of *Fintech* "Start-up" Business Model (Perspective Views of Italian, Turkish, and Indonesian Users). *The 3rd International Student Social Sciences Congress* (pp. 2-27).
- Venkatesh, V., Morris, M.G. & Davis, G.B. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly* 27(3), 425-478. Diakses dari [http://www.vvenkatesh.com/wpcontent/uploads/2015/11/2003\(3\)_MISQ_Venkatesh_etal.pdf](http://www.vvenkatesh.com/wpcontent/uploads/2015/11/2003(3)_MISQ_Venkatesh_etal.pdf).
- Wibowo dan Japariato.(2013). Pengaruh Retail Mix terhadap Minat Beli di Keraton Department Store. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1, (2013) 1-12
- Yeo, J.H.,& Fisher, P.J.(2017).Mobile *Financial Technology* and Consumers' Financial Capability in the United States. *Journal of Education & Social Policy*, Vol.7, No. 1; March 2017
- Yutadi, Krisnu Putra. (2014). Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis*, Universitas Brawijaya.