

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Pada bab ini akan dibahas dan disajikan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya. Selanjutnya, akan disampaikan pula saran yang didasarkan pada hasil kesimpulan. Saran dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi industri keuangan dan pihak – pihak yang berkepentingan sebagai masukan atau dasar untuk peningkatan di masa yang akan datang.

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi generasi Z dalam menggunakan *Financial Technology* (FinTech) dengan gender sebagai variabel moderasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 orang responden, dimana seluruh responden merupakan Generasi Z dengan tahun kelahiran 1997 – 2012. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan hasil uji hipotesis dengan menggunakan metode analisis regresi berganda dan *moderated regression analysis* (MRA), maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi manfaat atau *perceived benefit* berpengaruh positif signifikan terhadap *FinTech Continuance Intention*.
2. Persepsi risiko atau *perceived risk* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Fintech Continuance Intention*.
3. Persepsi manfaat (*perceived benefit*) dan persepsi risiko (*perceived risk*) berpengaruh positif signifikan terhadap *Fintech Continuance Intention*.

4. Gender memoderasi pengaruh terhadap persepsi manfaat pada *FinTech Continuance Intention*.
5. Gender memoderasi pengaruh terhadap persepsi risiko pada *FinTech Continuance Intention*.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, diharapkan dapat menambah informasi bagi pihak – pihak yang bergerak di bidang industri keuangan untuk menentukan strategi pengembangan kualitas perusahaan yang tepat terkait dengan faktor – faktor yang mempengaruhi generasi Z dalam menggunakan *Financial Technology* (FinTech). Beberapa hal yang dapat disampaikan dan bermanfaat bagi pihak terkait, sebagai berikut :

1. Perusahaan yang bergerak di bidang industri keuangan, khususnya penyedia jasa layanan keuangan berbasis digital (*online*), diharapkan dapat mempertimbangkan dampak yang ditimbulkan dari pengaruh yang ditimbulkan dari manfaat yang diperoleh serta risiko yang dirasakan. Perusahaan perlu memastikan bahwa layanan yang mereka berikan bagi pengguna meningkatkan manfaat sekaligus mengurangi risiko yang mungkin akan ditimbulkan.
2. Hasil penelitian menemukan bahwa gender memoderasi pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap *FinTech Continuance Intention*. Perusahaan dapat menentukan strategi yang telah disesuaikan, sehingga dapat memuaskan pengguna baik pria atau wanita serta meningkatkan loyalitas mereka. Selain itu, penting untuk memperhatikan dengan seksama

3. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengguna FinTech khususnya pada Generasi Z di Indonesia bersedia untuk terus menggunakan FinTech dikarenakan manfaat yang dirasakan serta minimnya risiko yang ditimbulkan. Walaupun demikian, diharapkan bagi pihak penyedia jasa layanan keuangan berbasis digital (*online*) untuk terus menjaga dan meningkatkan performa perusahaan, seperti kualitas fungsional dan estetika situs web.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu :

Dalam penelitian ini menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan *Financial Technology* (FinTech) dengan gender sebagai variabel moderasi. Faktor – faktor yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu persepsi manfaat dan persepsi risiko. Namun, masih banyak faktor – faktor lain di luar penelitian ini yang mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan *Financial Technology* (FinTech), seperti kemudahan dalam penggunaan, kepercayaan, sikap, brand image, dan lainnya. Responden dalam penelitian ini hanya terbatas pada Generasi Z, sehingga tidak memperlihatkan minat penggunaan antara generasi yang berbeda. Selain itu, penelitian ini hanya terbatas pada gender sebagai moderatornya, sehingga tidak memperlihatkan perbedaan perilaku dalam berbagai sampel pengguna yang dikategorikan berdasarkan karakteristik tersebut. *Financial Technology* (FinTech) dari generasi yang berbeda. Metode analisis yang digunakan kurang memperlihatkan perbedaan yang ditimbulkan oleh variabel moderasi, yaitu gender baik perempuan dan laki – laki terhadap intensi

keberlanjutan untuk penggunaan FinTech. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada teknik penyebarannya, yaitu penyebaran kuesioner melalui jaringan internet (*online*) dengan menggunakan *Google Docs*. Teknik ini memiliki kelemahan, yaitu responden sering tidak teliti dalam menjawab sehingga ada pertanyaan yang terlewat dan akhirnya tidak terjawab, dan ada pula responden yang sengaja memberikan jawaban yang tidak sesuai atau tidak jujur, sehingga berakibat pada ketidakvalidan jawaban.

#### 5.4 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan di atas, adapun saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel atau responden dengan karakteristik yang lebih luas dan banyak, agar nantinya penelitian lebih relevan.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan beberapa variabel lain untuk diuji yang memiliki kontribusi yang cukup kuat dalam mempengaruhi *FinTech Continuance Intention*.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan metode analisis yang berbeda guna melihat perbedaan yang ditimbulkan oleh variabel moderasi, yaitu gender baik perempuan dan laki – laki terhadap intensi keberlanjutan untuk penggunaan FinTech.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mendapatkan data dari responden sebaiknya tidak hanya menyebarkan kuesioner melalui survei *online* saja, akan tetapi dapat melakukan penyebaran kuesioner secara langsung pada

responden. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat mendapatkan data yang lebih valid dan akurat. Selain itu, hal ini dilakukan guna meminimalisir terjadinya jawaban reponden yang tidak benar, dikarenakan adanya kesalahpahaman dalam mengartikan pertanyaan yang diberikan oleh peneliti.



## DAFTAR PUSTAKA

- (2016), kotler &keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Abramova, S., & Böhme, R. (2016). Perceived benefit and risk as multidimensional determinants of bitcoin use: A quantitative exploratory study. *2016 International Conference on Information Systems, ICIS 2016, Zohar 2015*, 1–20. <https://doi.org/10.17705/4icis.00001>
- Ali, H., & Purwandi, L. (2020). *Indonesia Gen Z and Millennial Report 2020 : The Battle of Our Generation*.
- Andryanto, R. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Empiris, Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko Online (Studi Ekonomi, Yang Dilakukan Pada Olx. Co. Id Di Yogyakarta)*.
- Ayu, I. D., Kirana, I., Nyoman, N., & Yasa, K. (2013). *PERAN GENDER DALAM MEMODERASI PENGARUH PERCEIVED BENEFIT DAN PERCEIVED COST TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN KARTU KREDIT DI KOTA DENPASAR Fakultas Ekonomi Universitas Udayana ( UNUD ), Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi Universitas Udayana ( UNUD ), Bali , Indon.* 1418–1433.
- Bank Indonesia*. (n.d.). Retrieved November 19, 2021, from [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)
- BPS. (2020). *Hasil Sensus Penduduk 2020*.
- Calvo-porrall, C., & Pesqueira-sanchez, R. (2019). *Generational differences in technology behaviour : comparing millennials and Generation X. December,*

9–11. <https://doi.org/10.1108/K-09-2019-0598>

Chandra, M. B. (2021). *FINTECH CONTINUANCE INTENTION PADA E-WALLET*. 6(2020).

Chishti, Sussane; Barberis, J. (2016). *The FinTech Book*. Wiley.

Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, Joseph F.; Black, William C.; Babin, Barry J.; Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education.

Halim, F., Butarbutar, M., Malau, A. R., Program, M. S., Tinggi, S., Ekomomi, I., Agung, S., & Program, M. S. (2020). *Constituents Driving Interest in Using E-Wallets in Generation Z*. 1(1), 101–116.

Hamdan, H. (2018). Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i2.12142>

Howe, N., & Nadler, R. (2012). *WHY GENERATIONS MATTER : Ten Findings from LifeCourse Research on the Workforce*.

Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564.

<https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>

Lavinda. (2022). *Survei KIC: Gen Z Lebih Pilih Pakai e-Wallet Dibanding ATM Bank*. <https://katadata.co.id/lavinda/finansial/61e0ee6ef1b27/survei-kic-gen-z-lebih-pilih-pakai-e-wallet-dibanding-atm-bank>

Lee, M. (2009). Electronic Commerce Research and Applications Factors influencing the adoption of internet banking : An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130–141.  
<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2008.11.006>

Liébana-Cabanillas, F. J., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014). Role of gender on acceptance of mobile payment. *Industrial Management and Data Systems*, 114(2), 220–240. <https://doi.org/10.1108/IMDS-03-2013-0137>

Lowry, P. B. (2016). The effects of perceived enjoyment and perceived risks on trust formation and intentions to use online payment systems: New perspectives from an Arab country. *Electronic Commerce Research and Applications*. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2016.07.001>

Nurlaily, F., Aini, K., & Asmoro, P. S. (2021). *What Determines Generation Z Continuance Intention of Fintech? The Moderating Effect of Gender*. <https://www.pewsocialtrends.org>

PSP, I. (2022). *Gen Z dan Milenial Dominasi Peminjam Fintech P2P Lending*.

Report, I. (2018). *The Future of Jobs Report*.

Ryu, H. (2017). Industrial Management & Data Systems Article information :  
What makes users willing or hesitant to use Fintech ?: The moderating effect



of user type. *Industrial Management & Data Systems*, 118(3), 541–569.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (8th ed.). Wiley.

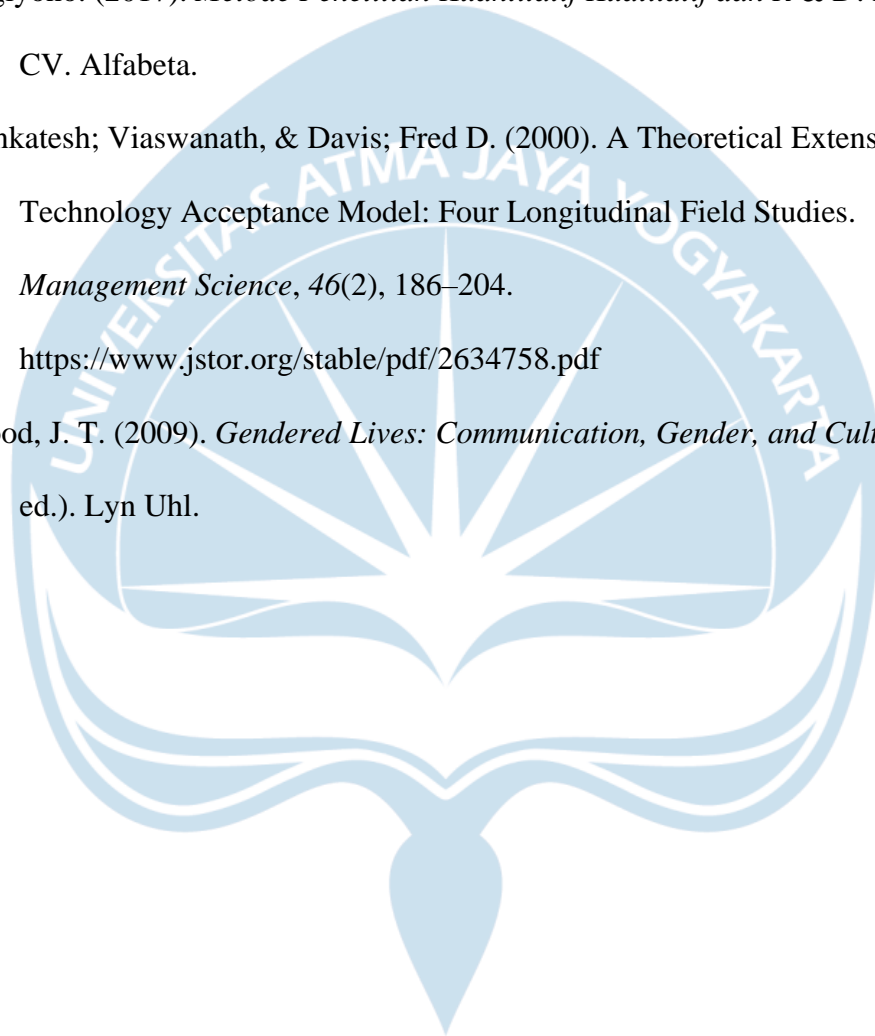
Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Penerbit CV. Alfabeta.

Venkatesh; Viaswanath, & Davis; Fred D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies.

*Management Science*, 46(2), 186–204.

<https://www.jstor.org/stable/pdf/2634758.pdf>

Wood, J. T. (2009). *Gendered Lives: Communication, Gender, and Culture* (8th ed.). Lyn Uhl.

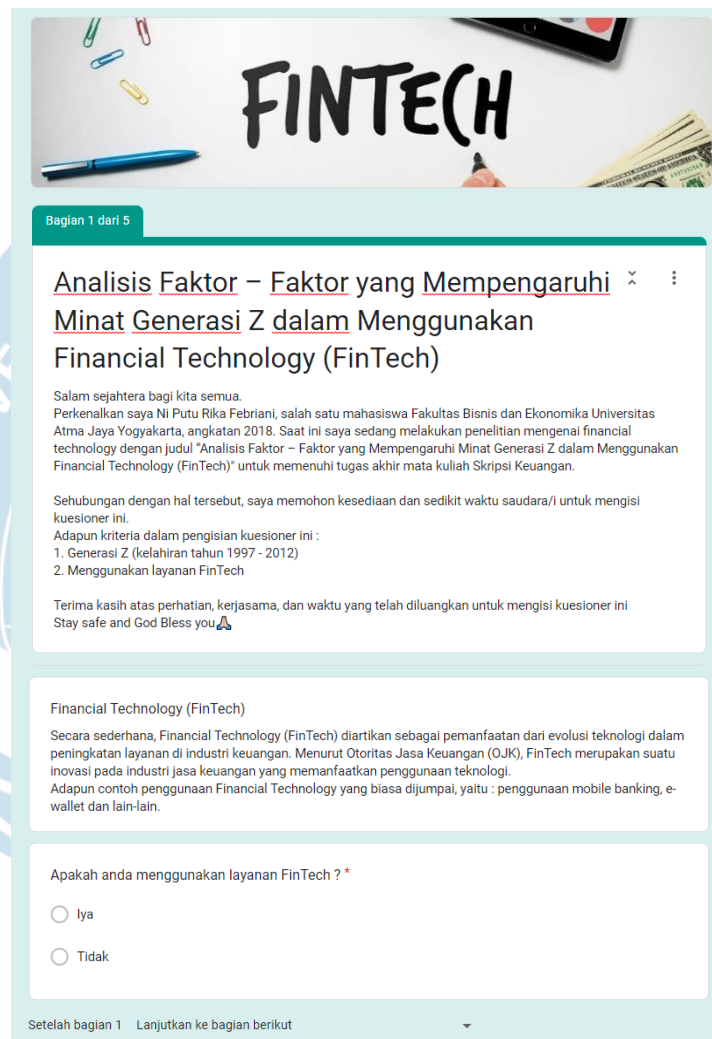




# LAMPIRAN

## KUESIONER

### Karakteristik Responden dan Pedoman Pertanyaan



Bagian 1 dari 5

### Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Menggunakan Financial Technology (FinTech)

Salam sejahtera bagi kita semua.  
Perkenalkan saya Ni Putu Rika Febriani, salah satu mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, angkatan 2018. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai financial technology dengan judul "Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Menggunakan Financial Technology (FinTech)" untuk memenuhi tugas akhir mata kuliah Skripsi Keuangan.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan dan sedikit waktu saudara/i untuk mengisi kuesioner ini.  
Adapun kriteria dalam pengisian kuesioner ini :

1. Generasi Z (kelahiran tahun 1997 - 2012)
2. Menggunakan layanan FinTech

Terima kasih atas perhatian, kerjasama, dan waktu yang telah diluangkan untuk mengisi kuesioner ini  
Stay safe and God Bless you 🙏

**Financial Technology (FinTech)**

Secara sederhana, Financial Technology (FinTech) diartikan sebagai pemanfaatan dari evolusi teknologi dalam peningkatan layanan di industri keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), FinTech merupakan suatu inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi.  
Adapun contoh penggunaan Financial Technology yang biasa dijumpai, yaitu : penggunaan mobile banking, e-wallet dan lain-lain.

Apakah anda menggunakan layanan FinTech ? \*

Iya

Tidak

Setelah bagian 1 Lanjutkan ke bagian berikut

## Pernyataan mengenai Persepsi Manfaat (*Perceived Benefit*)

Bagian 3 dari 5

Perceived Benefit (Persepsi Manfaat)

Perceived Benefit atau persepsi manfaat merupakan persepsi pengguna mengenai potensi positif yang akan diterima saat menggunakan FinTech (Ryu,2018)

Petunjuk Pengisian  
Pada bagian selanjutnya dalam kuesioner ini adalah pertanyaan - pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel dalam penelitian ini. Dimohon untuk mengisi dengan baik dan jujur, dalam mengisi jawaban pada bagian selanjutnya.

1 = Sangat Tidak Setuju  
2 = Tidak Setuju  
3 = Netral  
4 = Setuju  
5 = Sangat Setuju

Saya menggunakan FinTech karena memiliki banyak keuntungan \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Saya menggunakan FinTech dikarenakan mudah dan cepat \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Menggunakan FinTech bermanfaat bagi saya \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

...

Saya menggunakan FinTech karena memiliki kualitas hasil yang lebih unggul daripada layanan keuangan konvensional \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Saya menggunakan FinTech karena lebih hemat dibandingkan dengan layanan keuangan konvensional \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

...

Saat menggunakan FinTech, saya dapat menggunakan berbagai layanan keuangan secara bersamaan (misalnya satu atap dalam satu aplikasi) \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Setelah bagian 3 Lanjutkan ke bagian berikut

## Pernyataan mengenai Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

Bagian 4 dari 5

Perceived Risk (Persepsi Risiko)

Perceived Risk atau persepsi risiko merupakan persepsi pengguna mengenai ketidakpastian dan kemungkinan konsekuensi yang akan diterima dari penggunaan FinTech (Ryu, 2018).

Petunjuk Pengisian  
 Pada bagian selanjutnya dalam kuesioner ini adalah pertanyaan - pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel dalam penelitian ini. Dimohon untuk mengisi dengan baik dan jujur, dalam mengisi jawaban pada bagian selanjutnya.

1 = Sangat Tidak Setuju  
 2 = Tidak Setuju  
 3 = Netral  
 4 = Setuju  
 5 = Sangat Setuju

Menggunakan FinTech seringkali dikaitkan dengan tingkat risiko yang tinggi \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Ada tingkat ketidakpastian yang tinggi saat saya menggunakan FinTech \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Menurut saya, hanya ada sedikit manfaat menggunakan FinTech dibandingkan dengan layanan keuangan konvensional \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

...

Saya khawatir terjadi pelanggaran data pribadi dan informasi transaksi keuangan ketika saya menggunakan FinTech \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Saya khawatir seseorang dapat mengakses informasi keuangan saya ketika saya menggunakan FinTech \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Setelah bagian 4 Lanjutkan ke bagian berikut

## Pernyataan mengenai Intensi Keberlanjutan Penggunaan FinTech (*FinTech Continuance Intention*)

Bagian 5 dari 5

FinTech Continuance Intention

FinTech berarti "Financial Technology" mencakup gelombang baru perusahaan yang mengubah pola perilaku individu untuk membayar, meminjam, meminjamkan, mengirim uang, dan berinvestasi. Financial Technology merupakan kombinasi antara teknologi dan finansial (Chishti, 2016).

Petunjuk Pengisian  
 Pada bagian selanjutnya dalam kuesioner ini adalah pertanyaan - pertanyaan yang berkaitan dengan variabel - variabel dalam penelitian ini. Dimohon untuk mengisi dengan baik dan jujur, dalam mengisi jawaban pada bagian selanjutnya.

1 = Sangat Tidak Setuju  
 2 = Tidak Setuju  
 3 = Netral  
 4 = Setuju  
 5 = Sangat Setuju

...

Saya akan secara positif memikirkan untuk menggunakan FinTech sebagai pilihan saya \*  
 (misal : mobile banking, e-wallet, dan sebagainya)

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Saya lebih memilih FinTech daripada layanan keuangan konvensional \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

...

Saya berniat untuk terus menggunakan FinTech \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

Saya akan menggunakan FinTech di masa depan \*

	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

**Lampiran Hasil Olah Data  
Hasil Jawaban Responden**

No.	Persepsi Manfaat ( <i>Perceived Benefit</i> )						Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.4	X1.5	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	4	2	4	25
3	5	4	5	4	5	5	28
4	4	5	5	4	4	5	27
5	5	4	5	4	5	5	28
6	5	5	5	5	4	4	28
7	4	5	5	5	4	4	27
8	5	5	5	4	3	5	27
9	5	5	5	5	3	4	27
10	5	5	5	4	4	4	27
11	5	4	5	5	4	4	27
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	5	4	3	3	5	24
15	4	4	4	4	4	4	24
16	5	5	5	4	4	5	28
17	5	5	5	5	3	5	28
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	3	3	4	22
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	5	4	5	4	5	27
22	5	5	5	4	4	5	28
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	4	5	4	28
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	5	4	4	5	28
27	4	5	5	5	5	5	29
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	4	3	4	26
30	5	5	5	5	5	5	30
31	4	5	5	3	4	5	26
32	5	5	5	5	3	5	28
33	5	5	5	5	5	5	30
34	4	5	5	4	4	4	26
35	4	5	4	4	4	5	26

36	4	5	5	5	3	5	27
37	4	5	5	4	5	5	28
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	5	5	3	3	4	24
41	4	4	4	4	4	3	23
42	2	3	3	4	4	5	21
43	5	5	5	4	2	4	25
44	4	4	4	5	5	5	27
45	5	5	5	5	5	5	30
46	3	5	5	3	3	3	22
47	5	5	5	5	5	5	30
48	4	4	4	3	1	3	19
49	5	5	5	5	5	4	29
50	5	5	5	5	3	5	28
51	5	5	5	4	4	5	28
52	5	4	5	4	5	3	26
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	5	3	3	3	24
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	5	5	5	5	4	28
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	5	5	5	30
60	5	5	5	4	3	4	26
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	5	5	3	3	5	25
63	5	5	3	4	3	5	25
64	5	5	5	5	4	5	29
65	4	5	4	3	3	4	23
66	3	3	3	3	3	3	18
67	4	4	4	4	4	4	24
68	5	5	5	4	4	4	27
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	5	4	4	3	4	24
71	4	4	3	3	2	4	20
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	5	4	5	5	29
74	4	5	5	5	5	5	29



75	5	5	5	5	5	5	30
76	5	5	5	5	5	5	30
77	4	4	5	5	5	5	28
78	4	4	4	4	3	3	22
79	5	4	4	4	5	4	26
80	4	5	5	4	4	4	26
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	4	4	4	4	4	24
84	3	3	3	3	3	3	18
85	3	5	4	4	2	4	22
86	3	5	4	2	3	5	22
87	4	5	4	4	3	4	24
88	5	5	5	5	5	5	30
89	5	5	5	5	4	5	29
90	5	5	5	5	5	5	30
91	5	5	4	5	3	5	27
92	4	4	4	3	4	3	22
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	5	5	5	5	5	30
95	1	1	1	1	1	1	6
96	5	5	5	4	4	5	28
97	4	5	4	4	4	4	25
98	5	5	5	5	5	5	30
99	5	5	5	5	5	5	30
100	4	5	5	4	4	5	27
101	3	3	3	3	3	3	18
102	5	5	5	4	4	4	27
103	5	5	5	5	5	5	30
104	3	4	5	4	4	4	24
105	5	5	5	5	5	4	29
106	4	4	4	4	4	4	24
107	5	5	5	5	5	5	30
108	4	5	4	4	5	5	27
109	4	4	4	4	2	4	22
110	4	5	5	4	3	4	25
111	4	5	5	5	3	4	26
112	5	4	5	5	4	5	28
113	1	1	1	1	5	1	10

114	4	4	5	1	4	3	21
115	4	1	1	1	1	1	9
116	4	5	5	5	4	4	27
117	4	4	5	5	4	5	27
118	4	4	5	5	5	5	28
119	1	1	5	1	1	1	10
120	4	4	5	3	4	4	24
121	5	1	1	1	2	1	11
122	1	1	1	5	1	2	11
123	5	5	5	5	4	4	28
124	5	5	5	5	5	4	29
125	2	3	2	2	2	3	14
126	4	4	4	4	4	4	24
127	4	5	3	5	5	3	25
128	2	2	4	3	4	3	18
129	5	2	1	1	2	1	12
130	5	5	5	5	5	5	30
131	3	5	5	5	5	5	28
132	4	2	3	4	4	2	19
133	4	2	2	2	2	1	13
134	5	5	5	5	5	5	30
135	1	5	3	1	5	3	18
136	3	4	4	5	4	3	23
137	1	2	5	4	3	4	19
138	4	4	4	5	4	4	25
139	2	5	1	3	3	1	15
140	3	4	3	4	2	4	20
141	5	4	4	5	5	5	28
142	4	4	5	4	4	5	26
143	5	5	4	3	3	3	23
144	3	2	2	2	1	3	13
145	4	5	5	5	5	5	29
146	1	5	1	5	1	3	16
147	4	5	5	5	5	4	28
148	3	5	5	5	5	5	28
149	3	4	3	3	5	4	22
150	2	1	2	2	1	1	9

No.	Persepsi Risiko ( <i>Perceived Risk</i> )					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	5	5	5	5	25
2	4	4	2	5	4	19
3	4	4	2	4	4	18
4	4	4	2	4	4	18
5	5	5	3	5	5	23
6	4	4	2	4	4	18
7	3	3	2	2	2	12
8	4	3	2	4	4	17
9	2	3	2	4	2	13
10	4	4	4	4	4	20
11	5	4	4	5	5	23
12	5	2	1	4	4	16
13	3	4	4	4	4	19
14	2	2	1	2	2	9
15	4	3	3	4	5	19
16	3	2	2	3	3	13
17	4	4	2	4	4	18
18	5	5	4	3	5	22
19	4	3	3	4	4	18
20	5	5	5	5	5	25
21	3	3	2	3	3	14
22	2	2	2	2	2	10
23	1	1	1	1	1	5
24	4	3	3	4	4	18
25	4	4	4	4	4	20
26	2	1	1	2	2	8
27	3	3	2	3	3	14
28	2	2	2	2	2	10
29	4	3	2	2	2	13
30	4	2	2	2	2	12
31	4	3	3	4	5	19
32	5	3	1	3	3	15
33	5	4	3	5	5	22
34	3	2	1	1	2	9
35	4	2	2	2	2	12
36	3	3	3	3	3	15
37	4	5	4	4	4	21

38	5	2	1	2	2	12
39	2	2	2	1	1	8
40	5	3	2	4	4	18
41	3	3	2	3	3	14
42	4	2	5	1	2	14
43	1	1	2	2	2	8
44	5	4	5	5	5	24
45	4	3	3	5	5	20
46	3	2	2	2	2	11
47	2	2	2	2	2	10
48	4	3	3	5	4	19
49	4	5	4	5	4	22
50	3	3	1	1	1	9
51	5	2	2	2	2	13
52	4	3	2	5	5	19
53	4	4	4	4	4	20
54	5	5	2	4	4	20
55	4	3	2	5	5	19
56	4	3	2	4	4	17
57	4	4	4	5	5	22
58	2	2	2	3	3	12
59	5	5	5	5	5	25
60	2	1	1	2	2	8
61	4	4	2	5	5	20
62	5	3	4	4	5	21
63	3	4	1	4	4	16
64	5	3	2	4	4	18
65	3	3	2	4	4	16
66	3	3	3	3	3	15
67	4	4	3	4	4	19
68	3	3	2	4	4	16
69	4	3	2	3	3	15
70	5	3	2	4	4	18
71	4	3	3	4	4	18
72	1	3	1	2	1	8
73	4	2	1	4	4	15
74	2	4	2	5	5	18
75	4	3	1	4	4	16
76	5	4	4	5	5	23

77	5	5	5	5	5	25
78	2	3	2	4	4	15
79	5	4	5	5	4	23
80	4	3	2	4	4	17
81	3	3	2	5	5	18
82	4	3	2	4	4	17
83	4	4	4	4	4	20
84	3	3	3	3	3	15
85	3	2	2	4	4	15
86	4	3	1	5	5	18
87	4	4	2	3	3	16
88	5	5	5	5	5	25
89	5	3	1	4	4	17
90	4	2	1	4	4	15
91	4	3	2	5	5	19
92	3	3	3	3	3	15
93	1	1	1	1	1	5
94	1	1	1	1	1	5
95	3	3	3	2	2	13
96	4	3	2	3	3	15
97	3	3	3	3	3	15
98	1	1	1	1	1	5
99	1	1	1	1	1	5
100	4	3	2	5	5	19
101	3	3	3	3	3	15
102	4	3	2	4	4	17
103	4	5	5	5	4	23
104	3	4	4	3	4	18
105	2	1	1	1	2	7
106	4	4	4	4	3	19
107	4	4	5	4	5	22
108	4	3	2	5	5	19
109	4	4	2	4	4	18
110	5	4	3	5	5	22
111	5	4	1	5	5	20
112	4	4	4	5	4	21
113	5	4	5	5	5	24
114	2	3	3	4	2	14
115	4	5	4	5	5	23

116	2	2	3	2	2	11
117	4	4	4	5	5	22
118	2	1	2	1	2	8
119	2	3	3	3	1	12
120	4	3	4	5	4	20
121	5	5	5	5	5	25
122	2	2	2	1	2	9
123	4	4	4	4	4	20
124	2	1	1	3	3	10
125	4	2	4	3	3	16
126	4	5	4	5	5	23
127	4	3	4	5	4	20
128	3	3	3	3	2	14
129	5	5	4	4	4	22
130	2	2	2	2	2	10
131	3	1	2	3	1	10
132	3	3	4	3	3	16
133	4	5	5	5	5	24
134	2	1	2	2	2	9
135	3	3	3	4	4	17
136	3	5	3	4	3	18
137	4	3	4	2	3	16
138	4	5	5	4	4	22
139	2	3	4	2	2	13
140	3	2	4	4	2	15
141	5	5	5	4	4	23
142	3	2	3	1	3	12
143	3	4	3	4	4	18
144	4	5	4	4	4	21
145	2	2	2	2	1	9
146	2	3	4	3	2	14
147	2	3	2	2	1	10
148	3	2	2	1	2	10
149	4	4	4	4	4	20
150	5	5	5	4	4	23

No.	<i>FinTech Continuance Intention</i>				Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	4	5	4	5	18
2	5	5	5	5	20
3	4	5	5	5	19
4	4	4	5	5	18
5	5	4	4	4	17
6	4	3	4	5	16
7	3	4	4	5	16
8	5	4	5	5	19
9	5	5	5	5	20
10	5	4	5	4	18
11	4	5	4	5	18
12	5	5	5	5	20
13	5	5	5	5	20
14	3	2	4	5	14
15	4	3	4	4	15
16	5	4	4	4	17
17	5	5	5	5	20
18	4	5	4	5	18
19	4	3	4	4	15
20	5	5	5	5	20
21	5	4	4	5	18
22	4	4	4	3	15
23	5	4	5	4	18
24	3	3	4	4	14
25	5	5	5	5	20
26	4	4	5	5	18
27	5	5	5	5	20
28	5	5	5	5	20
29	4	4	4	4	16
30	4	3	4	4	15
31	5	4	4	4	17
32	5	3	3	3	14
33	5	3	3	4	15
34	4	5	4	5	18
35	5	4	4	5	18
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20

38	5	5	5	5	20
39	5	4	4	5	18
40	4	3	3	3	13
41	4	3	4	5	16
42	5	4	5	4	18
43	5	3	4	5	17
44	5	4	4	4	17
45	5	5	5	5	20
46	4	5	5	5	19
47	4	5	5	5	19
48	4	3	2	3	12
49	5	4	5	4	18
50	5	5	5	5	20
51	5	5	5	5	20
52	4	4	5	4	17
53	5	5	5	5	20
54	4	4	4	4	16
55	5	5	5	5	20
56	4	4	4	4	16
57	5	4	5	4	18
58	5	5	5	5	20
59	5	5	5	5	20
60	4	3	5	5	17
61	4	4	4	4	16
62	4	4	5	4	17
63	4	4	5	5	18
64	5	5	4	5	19
65	4	3	4	4	15
66	3	3	3	3	12
67	4	4	4	4	16
68	4	3	4	4	15
69	4	4	4	4	16
70	4	3	4	4	15
71	4	3	4	4	15
72	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	20
74	5	5	5	5	20
75	5	5	5	5	20
76	5	3	4	5	17



77	5	5	5	5	20
78	4	3	3	4	14
79	5	5	4	4	18
80	5	5	5	5	20
81	4	3	4	4	15
82	4	3	3	4	14
83	4	4	3	4	15
84	3	3	3	3	12
85	4	3	4	4	15
86	3	2	4	4	13
87	4	4	4	4	16
88	5	5	5	5	20
89	5	5	5	5	20
90	5	5	5	5	20
91	4	3	4	4	15
92	4	4	3	4	15
93	5	4	5	5	19
94	5	5	4	5	19
95	1	1	1	2	5
96	4	4	4	4	16
97	4	4	4	4	16
98	5	5	5	5	20
99	5	5	5	5	20
100	4	4	5	5	18
101	3	3	3	3	12
102	4	4	4	4	16
103	4	5	4	4	17
104	4	4	4	5	17
105	5	5	5	5	20
106	4	4	3	3	14
107	4	4	4	4	16
108	4	4	4	4	16
109	4	3	3	4	14
110	5	4	4	4	17
111	4	4	4	4	16
112	4	5	4	4	17
113	3	4	4	4	15
114	3	4	3	2	12
115	2	2	4	4	12

116	4	4	4	3	15
117	5	5	5	5	20
118	4	5	4	5	18
119	2	2	1	3	8
120	5	5	3	5	18
121	3	4	3	4	14
122	1	1	2	1	5
123	5	5	5	5	20
124	4	4	5	4	17
125	3	2	3	2	10
126	4	4	4	4	16
127	4	3	3	4	14
128	4	4	4	4	16
129	3	3	3	3	12
130	4	3	4	3	14
131	1	1	2	1	5
132	4	4	4	3	15
133	5	5	4	5	19
134	4	4	4	4	16
135	3	3	3	3	12
136	5	4	4	3	16
137	4	4	3	3	14
138	5	5	5	4	19
139	1	2	1	2	6
140	4	5	4	5	18
141	4	4	5	4	17
142	1	2	1	1	5
143	5	5	4	3	17
144	5	4	5	5	19
145	4	4	4	4	16
146	4	2	2	4	12
147	4	5	5	4	18
148	3	4	4	4	15
149	3	5	3	3	14
150	5	5	5	5	20

### Lampiran Hasil Uji Validitas terhadap Variabel Persepsi Manfaat (X1)

		Correlations						Persepsi Manfaat
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
X1.1	Pearson Correlation	1	.573**	.589**	.493**	.439**	.546**	.738**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.2	Pearson Correlation	.573**	1	.696**	.622**	.498**	.742**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.3	Pearson Correlation	.589**	.696**	1	.603**	.566**	.745**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.4	Pearson Correlation	.493**	.622**	.603**	1	.564**	.713**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.5	Pearson Correlation	.439**	.498**	.566**	.564**	1	.602**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.6	Pearson Correlation	.546**	.742**	.745**	.713**	.602**	1	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
Persepsi Manfaat	Pearson Correlation	.738**	.841**	.857**	.817**	.756**	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Lampiran Hasil Uji Validitas terhadap Variabel Persepsi Risiko (X2)

		Correlations					Persepsi Risiko
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
X2.1	Pearson Correlation	1	.642**	.438**	.659**	.731**	.821**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X2.2	Pearson Correlation	.642**	1	.656**	.709**	.690**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X2.3	Pearson Correlation	.438**	.656**	1	.447**	.437**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X2.4	Pearson Correlation	.659**	.709**	.447**	1	.886**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X2.5	Pearson Correlation	.731**	.690**	.437**	.886**	1	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150
Persepsi Risiko	Pearson Correlation	.821**	.878**	.711**	.887**	.896**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Lampiran Hasil Uji Validitas terhadap Variabel FinTech Continuance Intention (Y)

		Correlations				FinTech Continuance Intention
		Y1	Y2	Y3	Y4	
Y1	Pearson Correlation	1	.713**	.723**	.706**	.887**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
Y2	Pearson Correlation	.713**	1	.704**	.666**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
Y3	Pearson Correlation	.723**	.704**	1	.752**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150
Y4	Pearson Correlation	.706**	.666**	.752**	1	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150
FinTech Continuance Intention	Pearson Correlation	.887**	.876**	.897**	.879**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Lampiran Hasil Uji Reliabilitas terhadap Variabel Persepsi Manfaat (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.682	6

### Lampiran Hasil Uji Reliabilitas terhadap Variabel Persepsi Risiko (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	5

### Lampiran Hasil Uji Reliabilitas terhadap Variabel *FinTech Continuance Intention* (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.762	4

### Lampiran Hasil Uji Statistik Deskriptif Gender Terhadap Variabel X1, X2, dan Y

		N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Persepsi Manfaat	Laki-laki	67	23.2239	6.58930	6.00	30.00
	Perempuan	83	26.3976	3.38915	18.00	30.00
	Total	150	24.9800	5.29717	6.00	30.00
Persepsi Risiko	Laki-laki	67	15.3881	5.55675	5.00	25.00
	Perempuan	83	17.1446	4.49426	5.00	25.00
	Total	150	16.3600	5.05577	5.00	25.00
FinTech Continuance Intention	Laki-laki	67	15.3582	3.88744	5.00	20.00
	Perempuan	83	17.3855	2.37277	12.00	20.00
	Total	150	16.4800	3.28862	5.00	20.00

## Lampiran Uji Hipotesis Model 1

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Manfaat <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

b. All requested variables entered.

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.587 <sup>a</sup>	.345	.341	2.67067	1.927

a. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat

b. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	555.836	1	555.836	77.930	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1055.604	148	7.132		
	Total	1611.440	149			

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

b. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.372	1.055		6.991	.000		
	Persepsi Manfaat	.365	.041	.587	8.828	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Persepsi Manfaat
1	1	1.978	1.000	.01	.01
	2	.022	9.568	.99	.99

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

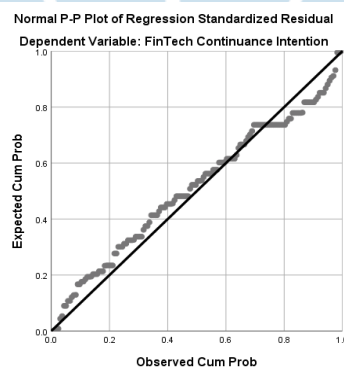
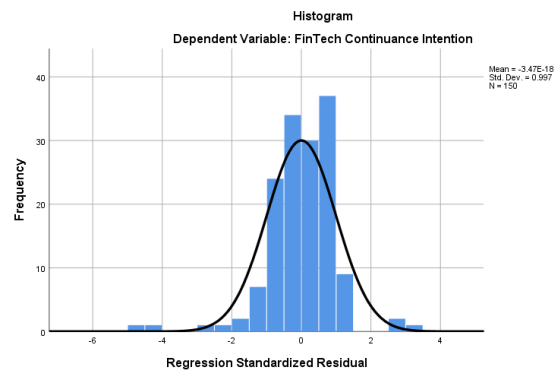
### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	9.5596	18.3104	16.4800	1.93144	150
Std. Predicted Value	-3.583	.948	.000	1.000	150
Standard Error of Predicted Value	.218	.814	.289	.107	150
Adjusted Predicted Value	9.9742	18.3658	16.4774	1.93822	150
Residual	-12.58114	9.34657	.00000	2.66169	150
Std. Residual	-4.711	3.500	.000	.997	150
Stud. Residual	-4.732	3.625	.000	1.009	150
Deleted Residual	-12.69345	10.02576	.00255	2.72652	150
Stud. Deleted Residual	-5.119	3.784	-.003	1.038	150
Mahal. Distance	.000	12.838	.993	1.987	150
Cook's Distance	.000	.477	.012	.048	150
Centered Leverage Value	.000	.086	.007	.013	150

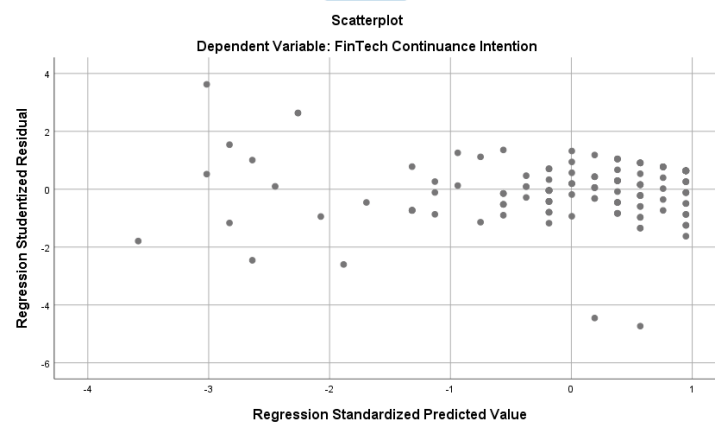
a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention



## UJI NORMALITAS Charts



## Uji Heteroskedasitas



## Uji Normalitas Dengan Pendekatan *Monte Carlo*

### NPar Tests

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		150	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.66168932	
Most Extreme Differences	Absolute	.088	
	Positive	.088	
	Negative	-.079	
Test Statistic		.088	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.006 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.178 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.168
		Upper Bound	.188

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 334431365.



## Lampiran Uji Hipotesis Model 2

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Risiko <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

b. All requested variables entered.

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.095 <sup>a</sup>	.009	.002	3.28482	1.755

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko

b. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.510	1	14.510	1.345	.248 <sup>b</sup>
	Residual	1596.930	148	10.790		
	Total	1611.440	149			

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.470	.911		16.979	.000		
	Persepsi Risiko	.062	.053	.095	1.160	.248	1.000	1.000

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Persepsi Risiko
1	1	1.956	1.000	.02	.02
	2	.044	6.644	.98	.98

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

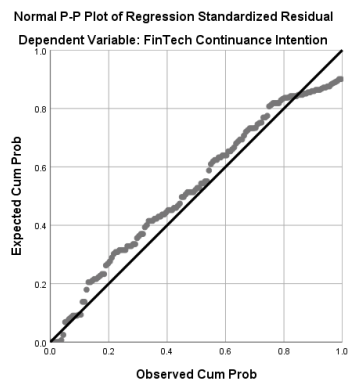
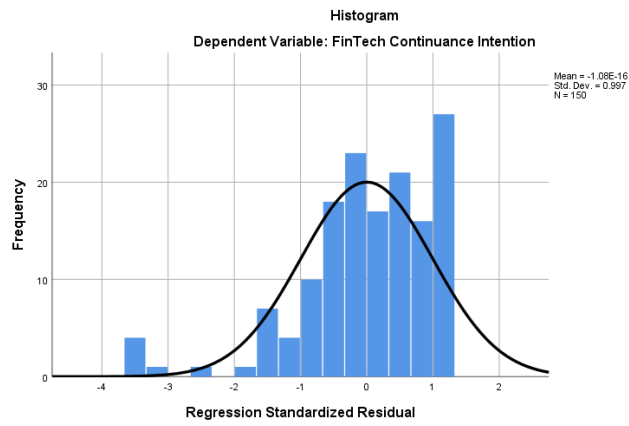
### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	15.7788	17.0133	16.4800	.31206	150
Std. Predicted Value	-2.247	1.709	.000	1.000	150
Standard Error of Predicted Value	.269	.661	.366	.100	150
Adjusted Predicted Value	15.6004	17.0946	16.4737	.32444	150
Residual	-11.27261	4.22119	.00000	3.27378	150
Std. Residual	-3.432	1.285	.000	.997	150
Stud. Residual	-3.448	1.312	.001	1.004	150
Deleted Residual	-11.38223	4.39959	.00631	3.31958	150
Stud. Deleted Residual	-3.584	1.315	-.004	1.019	150
Mahal. Distance	.005	5.049	.993	1.175	150
Cook's Distance	.000	.123	.007	.016	150
Centered Leverage Value	.000	.034	.007	.008	150

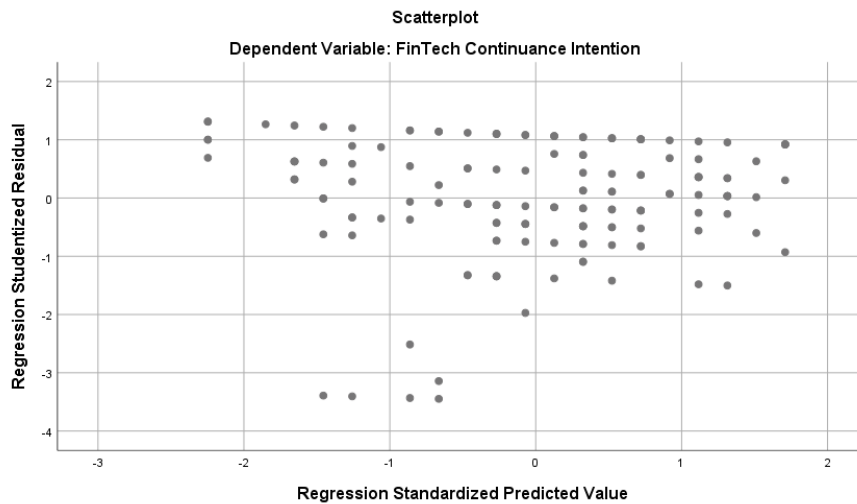
a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

## Uji Normalitas

### Charts



## Uji Heteroskedasitas



## Uji Normalitas Dengan Pendekatan *Monte Carlo*

### NPar Tests

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		150	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.27378226	
Most Extreme Differences	Absolute	.099	
	Positive	.099	
	Negative	-.088	
Test Statistic		.099	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.103 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.095
		Upper Bound	.110

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1502173562.

### Lampiran Uji Hipotesis Model 3

#### Regression

##### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

b. All requested variables entered.

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.614 <sup>a</sup>	.377	.369	2.61332	1.875

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat

b. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	607.510	2	303.755	44.477	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1003.930	147	6.829		
	Total	1611.440	149			

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.054	1.332		3.793	.000		
	Persepsi Manfaat	.380	.041	.613	9.318	.000	.980	1.020
	Persepsi Risiko	.118	.043	.181	2.751	.007	.980	1.020

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Persepsi Manfaat	Persepsi Risiko
1	1	2.907	1.000	.00	.00	.01
	2	.076	6.167	.01	.19	.68
	3	.016	13.338	.99	.80	.31

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

### Residuals Statistics<sup>a</sup>

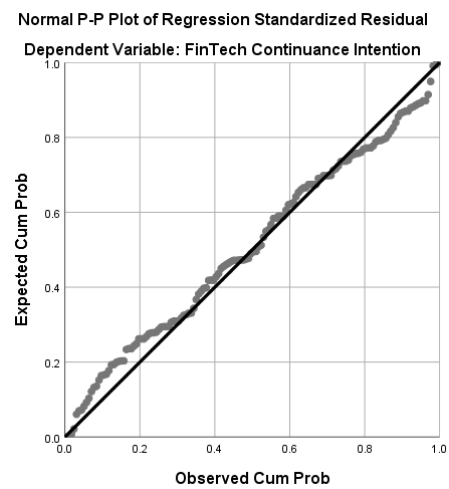
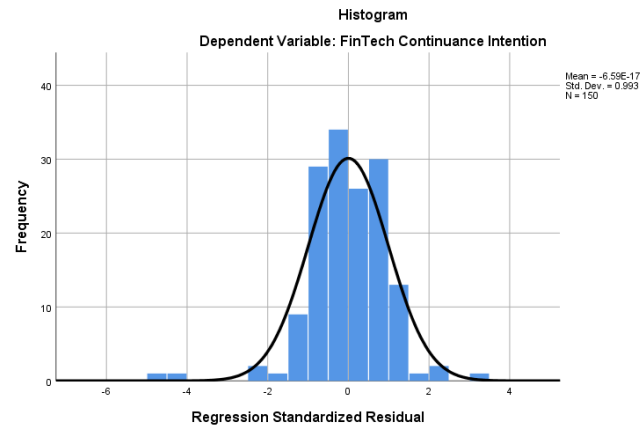
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	8.8653	19.4059	16.4800	2.01922	150
Std. Predicted Value	-3.771	1.449	.000	1.000	150
Standard Error of Predicted Value	.214	.835	.349	.122	150
Adjusted Predicted Value	9.3051	19.4583	16.4755	2.02043	150
Residual	-11.88050	8.81718	.00000	2.59572	150
Std. Residual	-4.546	3.374	.000	.993	150
Stud. Residual	-4.588	3.505	.001	1.008	150
Deleted Residual	-12.10256	9.51324	.00454	2.67316	150
Stud. Deleted Residual	-4.940	3.648	-.002	1.034	150
Mahal. Distance	.005	14.228	1.987	2.383	150
Cook's Distance	.000	.323	.010	.034	150
Centered Leverage Value	.000	.095	.013	.016	150

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

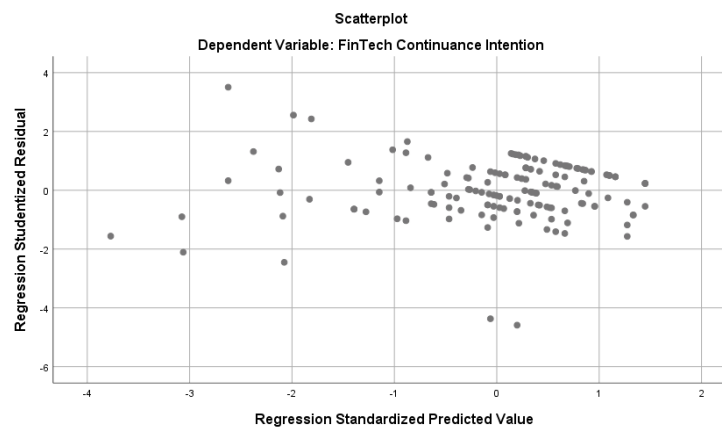


## UJI NORMALITAS

### Charts



## Uji Heteroskedasitas



## Uji Normalitas Dengan Pendekatan *Monte Carlo*

### Npar Tests

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		150	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.59572443	
Most Extreme Differences	Absolute	.072	
	Positive	.067	
	Negative	-.072	
Test Statistic		.072	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.055 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.404 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.391
		Upper Bound	.417

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 743671174.

## Uji Multikolinieritas Dengan Metode Korelasi

### Correlations

		Persepsi Manfaat	Persepsi Risiko
Persepsi Manfaat	Pearson Correlation	1	-.140
	Sig. (2-tailed)		.087
	N	150	150
Persepsi Risiko	Pearson Correlation	-.140	1
	Sig. (2-tailed)	.087	
	N	150	150

## Lampiran Uji Hipotesis Model 4 Regression

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Manfaat * Gender, Persepsi Manfaat, Gender <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.621 <sup>a</sup>	.386	.374	2.60273	2.064

a. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat \* Gender, Persepsi Manfaat, Gender

b. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	622.403	3	207.468	30.626	.000 <sup>b</sup>
	Residual	989.037	146	6.774		
	Total	1611.440	149			

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

b. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat \* Gender, Persepsi Manfaat, Gender

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.601	3.255		4.178	.000
	Persepsi Manfaat	.058	.129	.093	.447	.656
	Gender	-4.796	2.544	-.727	-1.885	.061
	Persepsi Manfaat * Gender	.225	.098	1.105	2.297	.023

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Persepsi Manfaat	Gender	Persepsi Manfaat * Gender
1	1	3.875	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.093	6.471	.02	.01	.00	.01
	3	.031	11.127	.03	.06	.02	.01
	4	.001	68.185	.96	.94	.97	.98

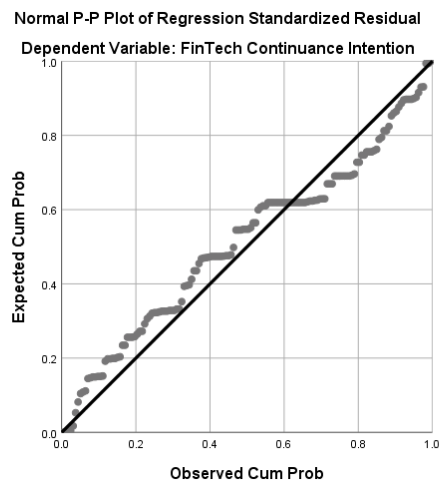
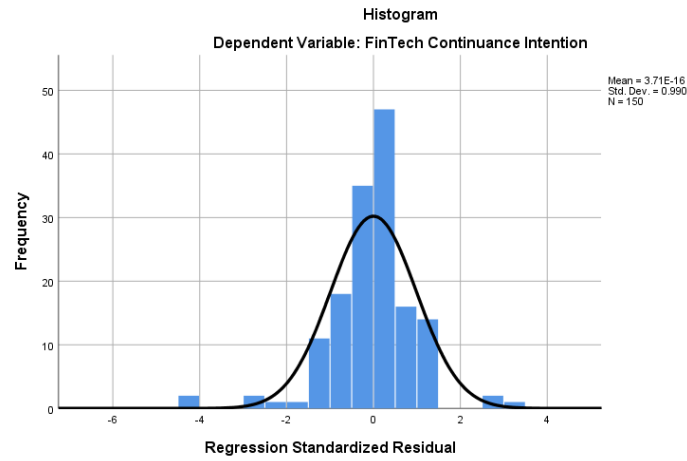
a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

### Residuals Statistics<sup>a</sup>

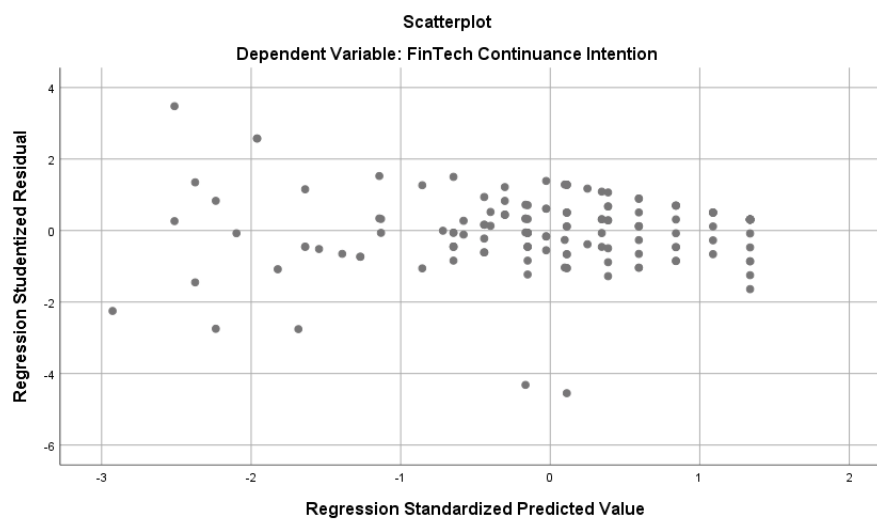
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	10.4980	19.2110	16.4800	2.04382	150
Std. Predicted Value	-2.927	1.336	.000	1.000	150
Standard Error of Predicted Value	.288	.896	.408	.118	150
Adjusted Predicted Value	10.5350	19.3226	16.4795	2.04688	150
Residual	-11.70593	8.65549	.00000	2.57640	150
Std. Residual	-4.498	3.326	.000	.990	150
Stud. Residual	-4.550	3.478	.000	1.009	150
Deleted Residual	-11.98011	9.46500	.00049	2.68043	150
Stud. Deleted Residual	-4.895	3.619	-.004	1.037	150
Mahal. Distance	.827	16.656	2.980	2.732	150
Cook's Distance	.000	.283	.010	.033	150
Centered Leverage Value	.006	.112	.020	.018	150

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

## Uji Normalitas Charts



## Uji Heteroskedasitas



## Uji Normalitas Dengan Pendekatan *Monte Carlo* NPar Tests

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		150	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.57639963	
Most Extreme Differences	Absolute	.095	
	Positive	.095	
	Negative	-.094	
Test Statistic		.095	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.125 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.117
		Upper Bound	.134

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 957002199.

## Uji Multikolinieritas Dengan Metode Korelasi Correlations

### Correlations

		Persepsi Manfaat	Gender	Persepsi Manfaat * Gender
Persepsi Manfaat	Pearson Correlation	1	.299**	.644**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	150	150	150
Gender	Pearson Correlation	.299**	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	150	150	150
Persepsi Manfaat * Gender	Pearson Correlation	.644**	.911**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	150	150	150

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran Uji Hipotesis Model 5

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Risiko * Gender, Persepsi Risiko, Gender <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

b. All requested variables entered.

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.348 <sup>a</sup>	.121	.103	3.11509	1.883

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko \* Gender, Persepsi Risiko, Gender

b. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194.690	3	64.897	6.688	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1416.750	146	9.704		
	Total	1611.440	149			

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko \* Gender, Persepsi Risiko, Gender

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.119	2.632		3.084	.002
	Persepsi Risiko	.329	.158	.506	2.084	.039
	Gender	5.377	1.764	.816	3.048	.003
	Persepsi Risiko * Gender	-.208	.103	-.766	-2.016	.046

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Persepsi Risiko	Gender	Persepsi Risiko * Gender
1	1	3.829	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.096	6.328	.05	.00	.00	.03
	3	.073	7.246	.00	.06	.05	.00
	4	.002	41.836	.95	.94	.95	.96

a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention

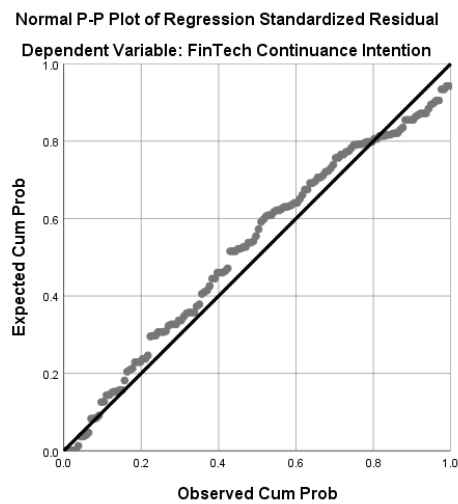
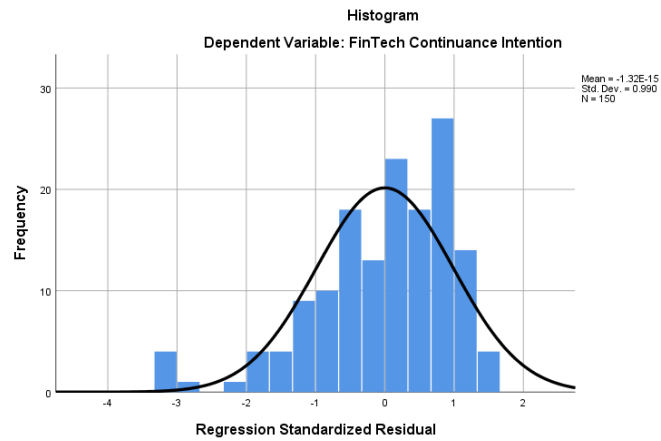
### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14.1007	18.4387	16.4800	1.14309	150
Std. Predicted Value	-2.081	1.714	.000	1.000	150
Standard Error of Predicted Value	.342	.990	.489	.140	150
Adjusted Predicted Value	13.7440	18.2631	16.4635	1.15259	150
Residual	-10.06914	4.89925	.00000	3.08357	150
Std. Residual	-3.232	1.573	.000	.990	150
Stud. Residual	-3.261	1.629	.003	1.003	150
Deleted Residual	-10.25082	5.25602	.01654	3.16733	150
Stud. Deleted Residual	-3.376	1.638	-.001	1.016	150
Mahal. Distance	.804	14.070	2.980	2.485	150
Cook's Distance	.000	.089	.007	.013	150
Centered Leverage Value	.005	.094	.020	.017	150

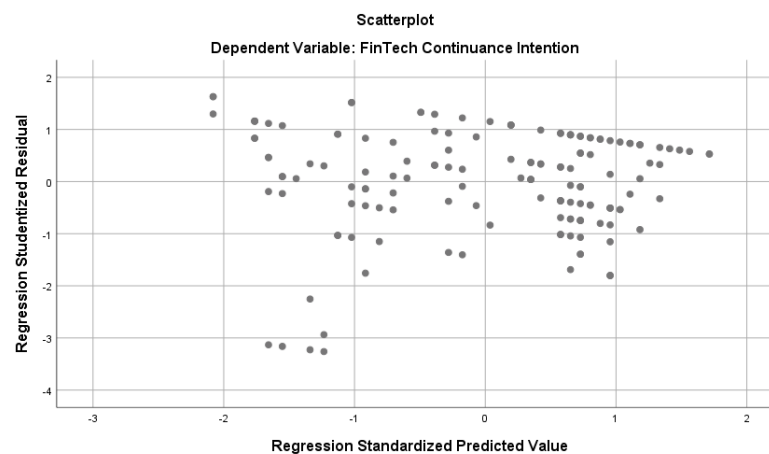
a. Dependent Variable: FinTech Continuance Intention



## Normalitas Charts



## Uji Heteroskedasitas



## Uji Normalitas Dengan Pendekatan *Monte Carlo* NPar Tests

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		150	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.08356724	
Most Extreme Differences	Absolute	.089	
	Positive	.066	
	Negative	-.089	
Test Statistic		.089	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.005 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.177 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.167
		Upper Bound	.187

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 112562564.

## Uji Multikolinieritas Correlations

### Correlations

		Persepsi Risiko	Gender	Persepsi Risiko * Gender
Persepsi Risiko	Pearson Correlation	1	.173*	.720**
	Sig. (2-tailed)		.034	.000
	N	150	150	150
Gender	Pearson Correlation	.173*	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.034		.000
	N	150	150	150
Persepsi Risiko * Gender	Pearson Correlation	.720**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	150	150	150

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).