

PERBEDAAN *FINTECH PEER TO PEER LENDING* ANTARA GENERASI X DAN GENERASI Y DALAM MODEL *BEHAVIORAL INTENTION* DI MANADO

Priskila G.M. Walangitan, Joyce S.L.H.V. Lapian, Jacky B. Sumarauw

Universitas Sam Ratulangi Manado

ARTICLE INFO

Keywords: *Perceived ease-of-use, subjective norm, perceived behavior control, perceived usefulness, attitude towards a behavior, the behavioral intention of use*

Abstract: *Financial Technology is considered as the development of financial technology in the financial services sector. One of the most interesting types of financial technology (Fintech) is peer-to-peer lending, hence Fintech peer-to-peer lending becomes an alternative choice for loan providers now. This study aims at investigating the difference of Fintech peer-to-peer lending between Generation X and Generation Y in the behavioral intention model in Manado by involving a total sample of 183 respondents who were divided into two groups, namely 88 respondents from Generation X and 99 respondents from Generation Y. This study employed a quantitative causal-comparative study design using the PLS-Multigroup analysis. This study revealed that there were differences in the effect of perceived usefulness, subjective norms, and perceived behavior control on the behavioral intention of use of Fintech peer-to-peer lending between Generation X and Generation Y in Manado City. Meanwhile, perceived ease-of-use, perceived usefulness, and attitude towards a behavior did not have a difference in the effect on behavioral intention of use of Fintech peer-to-peer lending between Generation X and Generation Y in Manado City*

Kata kunci: Persepsi Kemudahan, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsian, Persepsi Kemanfaatan, Sikap Terhadap Perilaku, Minat Perilaku Penggunaan

Abstrak: *Financial Technology merupakan pengembangan dari teknologi keuangan di sektor jasa keuangan. Salah satu jenis *financial technology* (*fintech*) yang paling diminati adalah *Peer to peer lending* dengan demikian *fintech peer to peer lending* merupakan pilihan alternatif penyedia pinjaman kekinian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat perbedaan *fintech peer to peer lending* antara generasi x dan generasi y dalam model *behavioral intention* di Manado, dengan total sampel 183 responden untuk sampel generasi x sebanyak 88 responden dan sampel generasi y sebanyak 99 responden. Penelitian ini adalah jenis kuantitatif dan merupakan penelitian kausal komparatif yang menggunakan teknik analisis PLS-Multigroup.*

Corresponding author:
Priskila G.M. Walangitan
walangitanp@gmail.com

Terdapat perbedaan pengaruh persepsi kemanfaatan, norma subjektif dan kontrol perilaku persepsian terhadap minat perilaku penggunaan pada *fintech peer to peer lending* antara generasi x dan generasi y di Kota Manado. Sedangkan persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, sikap terhadap perilaku tidak terdapat perbedaan pengaruh terhadap minat perilaku penggunaan *fintech peer to peer lending* antara generasi x dan generasi y di Kota Manado.

PENDAHULUAN

Financial Technology adalah salah satu inovasi berbasis teknologi yang muncul di era revolusi industri 4.0. *Financial technology* merupakan inovasi berbasis teknologi dalam bidang keuangan. Menurut Gunadi (2018, p. 28) selaku Advisor Grup Inovasi Keuangan Digital dan Pengembangan Keuangan Mikro, Otoritas Jasa Keuangan menyebutkan “*Financial Technology* sebagai salah satu bentuk digitalisasi dalam Industri 4.0 dan tidak dapat terlepas sendiri dari ekonomi digital dalam hal *technology*, *security*, edukasi, infrastruktur, dan *grand strategy (Government)*”. *Peer to peer lending* adalah salah satu jenis *financial technology* yang paling diminati. *Financial Technology Peer to Peer Lending* merupakan pilihan alternatif penyedia pinjaman kekinian, yang dapat digunakan oleh siapa saja, misalnya saja penyaluran permodalannya berbeda satu sama lain yaitu bisa untuk UMKM, pertanian, peternakan, kelautan, pendidikan bahkan untuk masyarakat perorangan.

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tersebut menyatakan bahwa pengguna *Financial Technology Peer to Peer Lending* paling banyak didominasi oleh generasi Y dan diikuti oleh generasi X. Menurut Budiati *et al.*, (2018 : 17) dalam buku Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia, generasi X yaitu mereka lahir pada rentang tahun 1960-1980, sedangkan generasi Y yaitu mereka yang lahir pada rentang tahun 1980-2000. Thanuskodi (2013, p. 2) dalam penelitiannya, menerangkan bahwa generasi yang bertumbuh bersama dengan teknologi memiliki harapan serta pengalaman terhadap penggunaan media digital yang sangat jauh berbeda dengan generasi sebelumnya. Adapula penelitian yang dilakukan oleh Bugiel dan Sowa (2017, p. 61) menyatakan bahwa usia merupakan faktor penting yang menentukan perilaku konsumen. Sebelum kegiatan pengambilan pinjaman atau kredit terealisasi, maka di perlukan minat yang kuat kemudian barulah mulai dapat menggunakan *fintech peer to peer lending*. Berdasarkan teori TPB (*theory planned of behavior*) dan TAM (*technology acceptance model*), minat perilaku penggunaan (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, persepsi kemanfaatan dan sikap terhadap perilaku. Kota Manado adalah kota yang sedang tumbuh dan berkembang yang ditandai dengan penyerap investasi paling besar di Sulawesi Utara (Tigauw, 2019). Selain merupakan ibu kota Provinsi Sulawesi Utara, Berdasarkan data dari Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kota Manado, selain merupakan ibu kota dari Provinsi Sulawesi Utara, Kota Manado adalah daerah salah satu urban terbesar di Kawasan Timur Indonesia belahan utara. Ditambah lagi adanya sinergitas antara pemerintah dengan perusahaan *Financial Tecnology Peer to Peer Lending* membuat *Financial Tecnology Peer to Peer Lending* akan semakin berkembang bahkan peningkatan angka penyaluran pinjaman, menandakan kredibilitas *Financial Technology Peer to Peer Lending* semakin tinggi (Modal Rakyat, 2020).

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat pertanyaan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif Terhadap Persepsi Kemanfaatan *Fintech Peer To Peer Lending*?
2. Apakah Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Terhadap Perilaku *Fintech Peer To Peer Lending* ?
3. Apakah Persepsi Kemanfaatan Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Terhadap Perilaku *Fintech Peer To Peer Lending*?
4. Apakah Persepsi Kemanfaatan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Perilaku Penggunaan *Pada Fintech Peer To Peer Lending*?
5. Apakah Sikap Terhadap Perilaku Berpengaruh Positif Terhadap Minat Perilaku Penggunaan *Fintech Peer To Peer Lending*?
6. Apakah Norma Subjektif Berpengaruh Positif Terhadap Minat Perilaku Penggunaan *Fintech Peer To Peer Lending*?

7. Apakah Kontrol Perilaku Persepsian Berpengaruh Positif Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Fintech Peer To Peer Lending?

LANDASAN TEORI

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler and Keller (2016, p. 27) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu untuk memilih target pasar, mendapatkan, menjaga, serta menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, pengiriman, kemudian komunikasi nilai pelanggan.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana pembuat keputusan yaitu baik sebagai individu/kelompok/organisasi membuat berbagai keputusan membeli atau melaksanakan transaksi pembelian terhadap suatu produk lalu mengkonsumsinya (Lapian, 2016, p. 4). Menurut Sumarauw (2015, pp. 718–719) teori perilaku konsumen terbagi menjadi tiga yaitu perilaku konsumen dalam pembelian atas dasar faktor ekonomi, perilaku konsumen dalam pembelian atas dasar faktor sosiologi dan perilaku konsumen dalam pembelian atas dasar faktor antropologi.

Theory of Planned Behavior

Theory of planned behavior adalah teori yang digunakan untuk memahami juga memprediksi perilaku manusia yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991 dan merupakan pengembangan dari teori TRA (Sanne and Wiese, 2018, p. 3). Dalam *Theory of planned behavior*, minat perilaku penggunaan (*Behavioral Intention*) konsumen dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian (Ha *et al.*, 2019, p. 1452; Singh and Srivastava, 2019, p. 46; Volva *et al.*, 2018, p.50; Widyarini, 2005, p.104).

Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model adalah teori yang digunakan untuk mengkaji proses penerimaan teknologi informasi yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) sehingga melalui *technology acceptance model* dapat menjelaskan mengapa sistem informasi yang digunakan tersebut bisa diterima atau tidak (Fatmawati, 2015, pp. 5–8). Menurut Syanto dan Kurniawan (2019, p. 178) beserta Ha *et al.*, (2019, pp. 1451–1452) Terdapat dua hal penting yang dapat menentukan *behavioral intention* (minat perilaku penggunaan) dalam *technology acceptance model* yaitu *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan).

Behavioral Intention (Minat Perilaku Penggunaan)

Behavioral intention yang selanjutnya di sebut minat perilaku penggunaan adalah sikap positif konsumen terhadap suatu produk (Purwianti and Tio, 2017, p. 17). Minat perilaku penggunaan (*behavioral intention*) digunakan sebagai prediktor perilaku aktual, karena niat berperilaku (*behavioral intention*) menunjukkan berapa besar upaya yang bersedia dilakukan oleh seseorang untuk melakukan suatu perilaku dan oleh karena itu, semakin kuat niat untuk melakukan perilaku maka semakin besar kemungkinan perilaku itu dilakukan (Sanne and Wiese, 2018, p. 3).

Sikap Terhadap Perilaku

Sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) mengacu pada penilaian seseorang tentang apakah itu baik atau buruk untuk melakukan perilaku yang menarik. Sikap yang baik cenderung mendorong

individu untuk melakukan perilaku. Seorang individu mengembangkan sikap negatif atau positif terhadap perilaku berdasarkan keyakinan perilaku mereka, merasakan norma subyektif tentang perilaku berdasarkan keyakinan normatif mereka dan mengukur perilaku yang dirasakan berdasarkan keyakinan kontrol mereka (Sanne and Wiese, 2018, p. 3). Sikap terhadap perilaku yaitu penilaian atau evaluasi yang mengacu pada perasaan positif atau negatif terhadap perilaku penggunaan suatu produk atau jasa (Singh and Srivastava, 2019, p. 46).

Persepsi Kemanfaatan

Menurut Syanto dan Kurniawan (2019, p. 178) *Perceived usefulness* (persepsi kegunaan) mengacu pada tingkat kepercayaan individu, yaitu bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja dari individu tersebut. Persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai keyakinan individu bahwa sistem atau teknologi memberikan manfaat buat dirinya sehingga dapat membantu menyelesaikan pekerjaan atau meningkatkan kinerja (Darmaningtyas and Suardana, 2017, p. 2451). Menurut Amalia (2018, p.70) persepsi kemanfaatan adalah kegunaan yang diperoleh ketika menggunakan sebuah sistem/teknologi.

Kontrol Perilaku Persepsian

Kontrol perilaku yang dirasakan (*Perceived behavioral control*) adalah kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan suatu perilaku dan rasa kontrol pribadi atas melakukannya. Dimana kontrol perilaku persepsian merupakan keyakinan dari seseorang terkait tingkat kemudahan atau kesulitan dalam mewujudkan suatu perilaku (Riyanti, 2015, p. 253). Kontrol perilaku persepsian mencerminkan kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku yang bergantung pada ketersediaan sumber daya dan peluang untuk melakukan perilaku tersebut. (Ha *et al.*, 2019 p. 1452). Kontrol perilaku persepsian dipengaruhi oleh pengalaman dan perkiraan seseorang tentang kesulitan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu (Darmansyah *et al.*, 2020, p. 2).

Norma Subyektif

Norma subyektif (*subjective norm*) adalah persepsi seseorang tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang dimaksud (Magdalena and Baridwan, 2015, p. 3). Norma subyektif merupakan persepsi atau pandangan seseorang terhadap perilaku tertentu yang sumbernya dari pendapat orang lain terhadap perilaku itu. Norma subyektif mencerminkan pengaruh sosial yang dirasakan (yang dijadikan acuan) untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku, seperti: pengaruh dari penilaian orang lain (Tenkasi and Zhang, 2018, p. 131).

Persepsi Kemudahan

Menurut Syanto dan Kurniawan (2019, p. 178) *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) mengacu pada tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu sistem akan mengurangi dan atau membebaskan dari usaha mental dan fisik. Menurut Amalia (2018, p.69) persepsi kemudahan adalah sejauh mana konsumen merasa yakin bahwa tidak diperlukan sebuah usaha untuk menggunakan sistem atau teknologi.

Fincancial Technology Peer To Peer Lending

(Romadhona, Hamzah and Sofilda, 2019, p. 121). *Peer to peer lending* adalah inovasi baru dari *financial technology* yang mengubah transaksi pinjam meminjam uang secara konvensional berubah ke arah digitalisasi modern (Lestari, 2019, p. 26).

Teori Genrasi

Kohort atau generasi adalah kelompok orang yang memiliki tahun kelahiran pada titik yang sama, yang akan mengalami kejadian hidup dengan cara yang sama juga. Setiap kelompok generasi mengalami peristiwa sejarah yang sama dan memiliki kecenderungan sosial yang dapat menciptakan nilai yang sama sehingga pola pikir atau cara pandang terhadap dunia hampir sama (Hamidah, 2018).

Penelitian Terdahulu

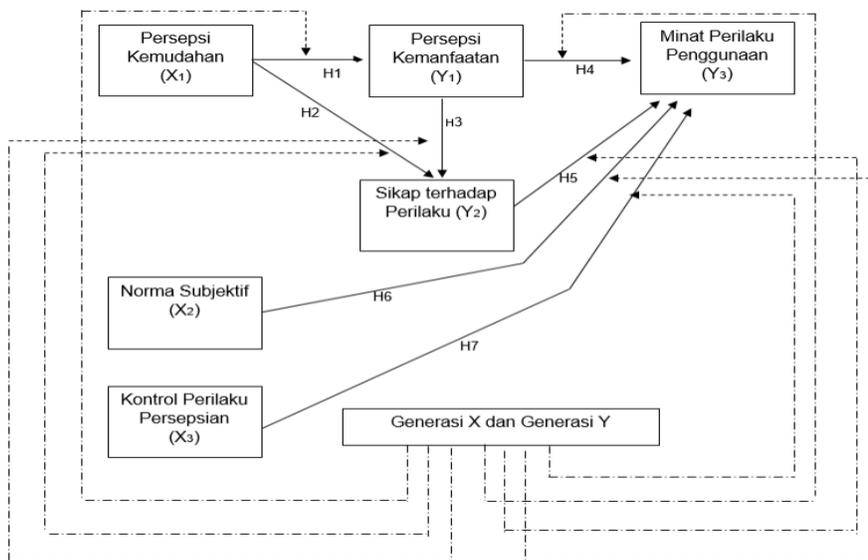
Putu Dyah Permatha Korry, (2017). Berdasarkan hasil penelitian, sikap terhadap perilaku tidak berpengaruh terhadap niat perilaku, gender dalam sikap terhadap perilaku berpengaruh negatif terhadap niat perilaku, norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku, gender dalam norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku, kontrol perilaku persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku, gender dalam kontrol perilaku persepsian tidak berpengaruh terhadap niat perilaku, kegunaan persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap perilaku, gender dalam kegunaan persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap perilaku, kemudahan penggunaan persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap perilaku, gender dalam persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap sikap terhadap perilaku.

Ula Rahmatika, Muhammad Andryzal Fajar, (2019). Berdasarkan hasil penelitian, sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat penggunaan, sementara persepsi risiko kinerja, risiko sosial, risiko waktu, risiko keuangan, dan risiko keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap minat penggunaan.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang, pertanyaan penelitian, dapat dirumuskan hipotesa sebagai berikut:

Model Pemikiran



Sumber : diadaptasi dari Taylor, 1995; Ajzen, 1985; Korry, 2017; Davis *et al.*, 1989;

H1 : Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif Terhadap Persepsi Kemanfaatan *Fintech Peer To Peer Lending*

H2 : Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Terhadap Perilaku *Fintech Peer To Peer Lending*

H3 : Persepsi Kemanfaatan Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Terhadap Perilaku Pada *Fintech Peer To Peer Lending*

H4 : Persepsi Kemanfaatan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Pada *Fintech Peer To Peer Lending*

H5 : Sikap Terhadap Perilaku Berpengaruh Positif Terhadap Minat Perilaku Penggunaan *Fintech Peer To Peer Lending*

H6 : Norma Subjektif Berpengaruh Positif Terhadap Minat Perilaku Penggunaan *Fintech Peer To Peer Lending*

H7 : Kontrol Perilaku Persepsian Berpengaruh Positif Terhadap Minat Perilaku Penggunaan *Fintech Peer To Peer Lending*

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk pengujian hipotesis. Apabila ditinjau berdasarkan permasalahannya, maka penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif. Penelitian kausal komparatif yaitu untuk melihat suatu penyebab dari adanya perbedaan yang dihasilkan dari penelitian tersebut (Ferdinand, 2014, p. 8).

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan melalui kuesioner dan metode dokumentasi. Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner langsung dan kuesioner tertutup sedangkan penyusunan kuesioner, menggunakan kuesioner daring melalui *Google Form*. Pendistribusian kuesioner dilakukan secara daring dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, WhatsApp, dan Messenger.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah setiap orang yang berdomisili di Kota Manado yang pernah menggunakan *peer to peer lending* atau melakukan pinjaman melalui *peer to peer lending*. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, sehingga digunakan teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*. *Non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dengan menggunakan jenis *purposive sampling* yaitu *judgment sampling*. Menurut Roscoe ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah diantara 30 sampai dengan 500 sampel. Kemudian, bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah sampel pada setiap kategori minimal 30 sampel (Sugiyono, 2014, p. 133). Dengan demikian total sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 183 sampel dengan sampel generasi x sebanyak 84 sampel dan sampel generasi y sebanyak 99 sampel.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial least square* (PLS) yang terdiri dari evaluasi model pengukuran (*outer model*), evaluasi kelayakan model (*goodness of fit*), evaluasi model struktural (*inner model*), dan PLS-*Multigroup* dengan menggunakan *software WarpPLS 6.0* sebagai alat untuk menganalisis dan mengolah data. Untuk melihat perbedaan *fintech peer to peer lending* dalam model *behavioral intention* antara generasi x dan generasi y di Manado maka digunakan analisis PLS – *Multi Group*.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Tabel 1 Karakteristik Responden**

Keterangan	Jumlah	Presentase
Usia		
Generasi X	84	45,90%
Generasi Y	99	54,10%
Jenis Kelamin		
Pria	74	40,43%
Wanita	109	59,57%
Tingkat Pendidikan		
≤ SMP	9	4,92%
SMA	74	40,43%
Diploma	21	11,48%
Sarjana	66	36,07%
Magister	11	6,01%
Doktoral	2	1,09%
Pekerjaan		
Asisten Rumah Tangga	1	0,54%
Ojek <i>Online</i>	6	3,27%
Siswa/Mahasiswa	36	19,67%
Ibu Rumah Tangga	16	8,74%
Pegawai Negeri Sipil	25	13,66%
Akademisi	4	2,18%
Honorer	6	3,27%
Wirausaha	23	12,56%
Swasta	39	21,31%
Karyawan	30	16,39%
Pensiunan	1	0,54%

Evaluasi model pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran pada penelitian ini menggunakan indikator reflektif, kemudian di evaluasi (dinilai) berdasarkan validitas konvergen, validitas diskriminan (untuk setiap indikator dan keseluruhan indikator), serta reliabilitas

Tabel 2 Nilai AVE

Variabel	AVE
Persepsi Kemudahan	0.783
Norma Subjektif	0.689
Kontrol Perilaku Persepsian	0.754
Persepsi Kemanfaatan	0.805
Sikap Terhadap Perilaku	0.795
Minat Perilaku Penggunaan	0.756

Tabel 3 Nilai Loading Factor

	PD	NS	PD	KP	PF	MPP
PD1	<u>0.908</u>					
PD2	<u>0.903</u>					
PD3	<u>0.893</u>					
PD4	<u>0.880</u>					
PD5	<u>0.837</u>					
NS1		<u>0.845</u>				
NS2		<u>0.818</u>				
NS3		<u>0.840</u>				
NS4		<u>0.826</u>				
NS5		<u>0.821</u>				
KP1			<u>0.825</u>			
KP2			<u>0.881</u>			
KP3			<u>0.917</u>			
KP4			<u>0.883</u>			
KP5			<u>0.833</u>			
PF1				<u>0.898</u>		
PF2				<u>0.902</u>		
PF3				<u>0.892</u>		
SK1					<u>0.883</u>	
SK2					<u>0.883</u>	
SK3					<u>0.880</u>	
SK4					<u>0.921</u>	
MPP1						<u>0.837</u>
MPP2						<u>0.861</u>
MPP3						<u>0.908</u>

Berdasarkan tabel nilai AVE dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai AVE > 0.5 dan nilai *loading factor* memiliki nilai lebih besar dari 0.7 sehingga dapat di simpulkan bahwa semua indikator dan variabel memenuhi validitas konvergen

Tabel 4 Nilai Loading Factor dan Cross Loading Factor

	PD	NS	PD	KP	PF	MPP
PD1	<u>0.908</u>	-0.014	-0.050	0.025	0.071	-0.099
PD2	<u>0.903</u>	-0.159	0.013	0.108	0.059	-0.046
PD3	<u>0.893</u>	-0.068	-0.091	0.071	-0.021	0.078
PD4	<u>0.880</u>	0.004	0.106	-0.315	0.217	-0.017
PD5	<u>0.837</u>	0.255	0.026	0.111	-0.345	0.092
NS1	0.113	<u>0.845</u>	-0.101	0.032	-0.209	0.238
NS2	0.187	<u>0.818</u>	-0.200	-0.184	0.339	-0.191
NS3	-0.101	<u>0.840</u>	0.116	0.106	-0.319	-0.019
NS4	-0.050	<u>0.826</u>	-0.029	0.232	0.030	0.212
NS5	-0.148	<u>0.821</u>	0.213	-0.192	0.233	0.179
KP1	-0.044	0.145	<u>0.825</u>	0.030	-0.262	0.219

KP2	-0.017	0.170	0.881	-0.166	-0.013	-0.107
KP3	0.012	-0.019	0.917	0.066	-0.068	-0.064
KP4	0.087	-0.083	0.883	0.171	-0.093	-0.016
KP5	-0.044	-0.215	0.833	-0.108	0.447	-0.016
PF1	0.031	0.000	-0.045	0.898	-0.109	0.278
PF2	0.045	0.002	-0.069	0.902	0.029	-0.100
PF3	-0.076	-0.003	0.115	0.892	0.081	-0.179
SK1	-0.040	-0.092	-0.007	-0.003	0.883	0.066
SK2	0.130	-0.099	0.055	-0.166	0.883	-0.138
SK3	-0.050	0.105	-0.032	0.259	0.880	0.061
SK4	-0.038	0.082	-0.015	-0.085	0.921	0.011
MPP1	0.106	-0.088	0.223	0.191	-0.063	0.837
MPP2	-0.098	0.100	0.164	0.044	-0.219	0.861
MPP3	-0.005	-0.013	0.051	-0.217	0.266	0.908

Tabel 5 Nilai Akar AVE

	PD	NS	KP	PF	SK	MPP
PD	0.885	0.647	0.705	0.633	0.519	0.447
NS	0.647	0.830	0.684	0.700	0.726	0.635
KP	0.705	0.684	0.868	0.730	0.587	0.562
PF	0.633	0.700	0.730	0.897	0.754	0.635
SK	0.519	0.726	0.587	0.754	0.892	0.765
MPP	0.447	0.635	0.562	0.635	0.765	0.869

Nilai akar AVE lebih besar dari koefisien korelasi dengan variabel lainnya, sehingga dapat disimpulkan kuesioner variabel tersebut memenuhi validitas diskriminan. Begitu juga dengan nilai *loading factor* yang lebih besar dari nilai *cross loading factor* dapat disimpulkan bahwa semua variabel memenuhi validitas diskriminan.

Tabel 6 Reabilitas

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach Alpha</i>
Persepsi Kemudahan	947	930
Norma Subjektif	917	887
Kontrol Perilaku Persepsian	939	918
Persepsi Kemanfaatan	925	879
Sikap Terhadap Perilaku	940	914
Minat Perilaku Penggunaan	903	838

Apabila suatu konstruk memiliki nilai *composite reliability* ≥ 0.70 dan nilai *cronbach alpha* ≥ 0.60 maka dinyatakan reliabel. Berdasarkan tabel reabilitas, menunjukkan nilai *composite reliability* untuk semua konstruk berada diatas nilai 0.70. Demikian juga, nilai *cronbach alpha* untuk semua konstruk berada diatas 0.60. Dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

Evaluasi Kelayakan Model (*Goodness of Fit Model*)**Tabel 7 Kriteria *Goodness of Fit Model***

Model Fit dan Quality Indices	Kriteria Fit	Hasil Analisis	Keterangan
<i>Average path coefficient (APC)</i>	$p < 0.05$	0.323 ($p < 0.001$)	baik
<i>Average R-squared (ARS)</i>	$p < 0.05$	0.527 ($p < 0.001$)	baik
<i>Average adjusted R-square (AARS)</i>	$p < 0.05$	0521 ($p < 0.001$)	baik
<i>Average block VIF (AVIF)</i>	diterima ≤ 5 ideal ≤ 3.3	2.449	ideal
<i>Average full collinearity VIF (AFVIF)</i>	diterima ≤ 5 ideal ≤ 3.3	2.982	ideal
<i>Tennehaus GoF (GoF)</i>	kecil ≥ 0.1 sedang ≥ 0.25 , besar ≥ 0.36	0.634	ideal
<i>Sympson's paradox ratio (SPR)</i>	diterima ≥ 0.7 ideal = 1	1.000	ideal
<i>R-squared contribution ratio (RSCR)</i>	diterima ≥ 0.9 , ideal = 1	1.000	diterima
<i>Statiscal suppression ratio (SSR)</i>	diterima ≥ 0.7	1.000	diterima
<i>Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)</i>	diterima ≥ 0.7	1.000	diterima

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Pengujian model struktural dilakukan untuk memprediksi hubungan kausal antar variabel. Setelah mengevaluasi model pengukuran berhasil dievaluasi selanjutnya melakukan evaluasi terhadap model struktural. Pada model struktural, pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur (β) atau bobot regresi dan p-value dari setiap jalur.

Tabel 8 Koefisien Determinasi R²

Variabel	Koefisien Determinasi R ²
Persepsi Kemudahan (PD)	
Norma Subjektif (NS)	
Kontrol Perilaku Persepsian (KP)	
Persepsi Kemanfaatan (PF)	0.401
Sikap Terhadap Perilaku (SK)	0.571
Minat Perilaku Penggunaan (MPP)	0.608

Variabel dinyatakan berpengaruh signifikan apabila nilai P hitung lebih kecil dari nilai signifikansi yaitu 0.05.

Tabel 9 Koefisien Jalur Model Penelitian

Jalur	Koefisien Jalur	P Hitung	Keterangan
PD – PF	0.633	<0.001	Signifikan
PD – SK	0.069	0.171	Tidak signifikan
PF – SK	0.710	<0.001	Signifikan
PF – MPP	0.015	0.418	Tidak signifikan
SK – MPP	0.609	<0.001	Signifikan
NS – MPP	0.095	0.096	Tidak signifikan
KP – MPP	0.129	0.038	Signifikan

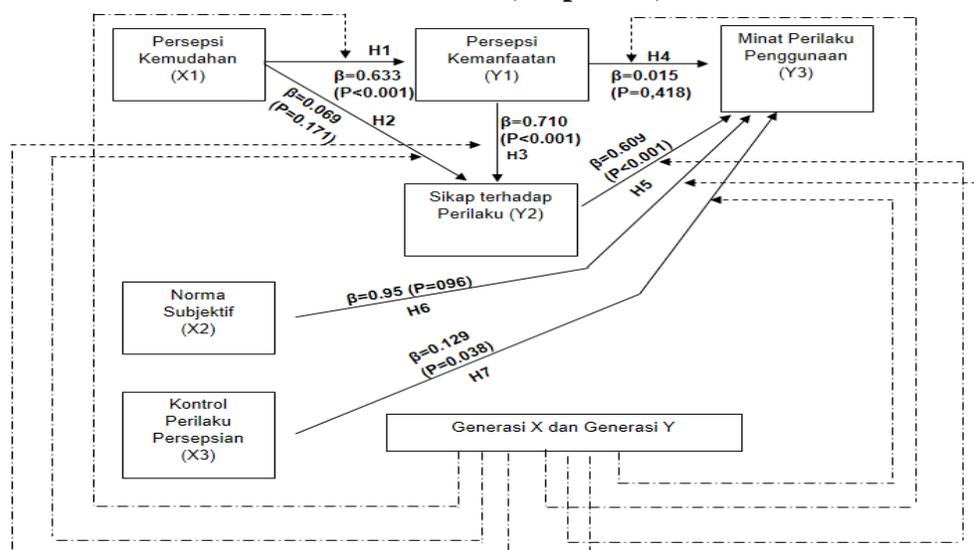
Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat ada empat jalur yang signifikan karena memiliki nilai p hitung kurang dari 0.05. keempat jalur tersebut adalah persepsi kemudahan terhadap persepsi kemanfaatan, persepsi kemanfaatan terhadap sikap, sikap terhadap minat perilaku penggunaan dan kontrol perilaku persepsian terhadap minat perilaku penggunaan. Berikut ini adalah persamaan struktural dalam penelitian ini:

$$\text{Minat Perilaku Penggunaan} = 0.015 \text{ Persepsi Kemanfaatan} + 0.069 \text{ Sikap} + 0.95 \text{ Norma Subjektif} + 0.129 \text{ Kontrol Perilaku Persepsian} + e$$

$$\text{Persepsi Kemanfaatan} = 0.633 \text{ Persepsi Kemudahan} + e$$

$$\text{Sikap} = 0.69 \text{ Persepsi Kemudahan} + 0.710 \text{ Persepsi Kemanfaatan} + e$$

Gambar 2 Model, Hipotesis, Hasil Penelitian



Berdasarkan hasil pengujian model struktural, pada gambar diatas terlihat koefisien jalur pada pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi kemanfaatan, persepsi kemanfaatan terhadap sikap, sikap terhadap minat perilaku penggunaan, kontrol perilaku persepsian terhadap minat perilaku penggunaan memiliki nilai signifikansi $P < 0.05$. Dengan demikian hipotesis satu, hipotesis dua, hipotesis tiga, hipotesis lima, dan hipotesis tujuh diterima.

Berbanding terbalik dengan koefisien jalur pada pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap, koefisien jalur pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat perilaku penggunaan, norma subjektif terhadap minat perilaku penggunaan tidak ditemukan adanya pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, hipotesis dua, hipotesis tiga, dan hipotesis empat ditolak

PLS-Multigroup

Pengujian variabel moderasi kategorikal dalam penelitian ini menggunakan analisis *multigroup* yang bertujuan untuk membandingkan koefisien jalur untuk model yang sama namun dengan sampel yang berbeda dimana sampel dikelompokkan ke dalam beberapa kategori (Solihin and Ratmono, 2013, pp. 99–100).

**Tabel 10 Hasil Analisis Multigrup Berdasarkan Generasi
(Metode Pooled Standart Error Dan Satterhwaite)**

Jalur	Gen X		Gen Y		Gen X VS Gen Y			
	KJ(P)	SE	KJ(P)	SE	Pooled		Satterthwaite	
					TM	PM	TM	PM
PD – PF	0.623 (<0.001)	0.091	0.577 (<0.001)	0,086	0.3686	0.3564	0.3674	0.3569
PD – SK	0.056 (0.302)	0.107	0.124 (0.102)	0.097	-0.4741	0.3180	-0.4708	0.3192
PF – SK	0.782 (<0.001)	0.087	0.602 (<0.001)	0.085	1.4808	0.0702	1.4799	0.0703
PF – MPP	-0.134 (0.102)	0.105	0.277 (0.002)	0.093	-2.9559	0.0018	-2.9302	0.0019
SK – MPP	0.543 (<0.001)	0.093	0.608 (<0.001)	0.085	-0.5191	0.3022	-0.5159	0.3033
NS – MPP	0.220 (0.017)	0.102	-0.001 (0.497)	0.100	1.5477	0.0417	1.5472	0.0418
KP – MPP	0.246 (0.009)	0.101	0.003 (0.487)	0.100	1.7089	0.0446	1.7097	0.0445

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Persepsi Kemanfaatan *Fintech Peer To Peer Lending*

Persepsi kemudahan mempengaruhi persepsi kemanfaatan *fintech peer to peer lending*. Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan nilai koefisien jalur dari persepsi kemudahan (PD) terhadap persepsi kemanfaatan (PF) sebesar 0.633 dan nilai p hitung <0.001 , sehingga hipotesis satu diterima. Berdasarkan hasil pengujian moderasi kategorikal menggunakan PLS-MGA, memberikan menunjukkan bahwa antara generasi x dengan generasi y yang berdomisili di Kota Manado tidak memiliki perbedaan pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi kemanfaatan. Bagi generasi x maupun generasi y, persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap persepsi kemanfaatan. Mereka memiliki pandangan yang sama bahwa semakin mudah penggunaan *fintech peer to peer lending* (melakukan pinjaman secara *online*) maka akan memberikan manfaat yang lebih.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Terhadap Perilaku *Fintech Peer To Peer Lending*

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan nilai koefisien jalur dari persepsi kemudahan (PD) terhadap sikap terhadap perilaku (SK) sebesar 0.069 dan nilai p hitung 0.171, sehingga hipotesis dua ditolak. Berdasarkan nilai koefisien jalur dan nilai p hitung diatas memberikan arti bahwa terdapat pengaruh sebesar 6.9% dari variabel persepsi kemudahan terhadap sikap terhadap perilaku *fintech peer to peer lending* namun tidak signifikan. Hal ini membuktikan hal tersebut dapat digambarkan, persepsi kemudahan bagi reponden penelitian ini mempengaruhi sikap terhadap perilaku *fintech peer to peer lending* namun tidak secara signifikan.

Ternyata bagi generasi x dan generasi y yang berdomisili di kota manado tidak ditemukan perbedaan pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap terhadap perilaku yang dapat dilihat dalam hasil analisis multigrup antara generasi x dan generasi y. Generasi x maupun generasi y berpandangan bahwa kemudahan penggunaan *fintech peer to peer leding* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap mereka dalam penggunaan *fintech peer to peer lending*.

Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Sikap Terhadap Perilaku *Fintech Peer To Peer Lending*

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan nilai koefisien jalur dari persepsi kemanfaatan (PF) terhadap sikap terhadap perilaku (SK) sebesar 0.710 dan nilai p hitung <0.001 , sehingga hipotesis tiga diterima. Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap sikap terhadap perilaku. Berdasarkan hasil analisis multigrup ditemukan bahwa tidak terdapat perbedaan pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap sikap antara generasi y dengan generasi x yang berdomisili di Kota Manado.

Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Pada *Fintech Peer To Peer Lending*

Persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan *fintech peer to peer lending*.

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan nilai koefisien jalur dari persepsi kemanfaatan (PF) terhadap minat perilaku penggunaan (MPP) sebesar 0.015 dan nilai p hitung 0.418, sehingga hipotesis empat ditolak.

Berdasarkan hasil analisis multigrup, terdapat perbedaan pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat perilaku penggunaan *fintech peer to peer lending* antara generasi x dan generasi y yang berdomisili di Kota Manado. Bagi mereka yang termasuk dalam tahun kelahiran generasi x di kota Manado, minat perilaku penggunaan *fintech peer to peer lending* tidaklah dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan. Sedangkan mereka yang termasuk dalam generasi y percaya bahwa *fintech peer to peer lending* memberikan manfaat atau kegunaan bagi mereka, sehingga mempengaruhi minat perilaku penggunaan mereka dalam menggunakan *fintech peer to peer lending*.

Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Pada Fintech Peer To Peer Lending

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan nilai koefisien jalur dari sikap terhadap perilaku (SK) terhadap minat perilaku penggunaan (MPP) sebesar 0.609 dan nilai p hitung <0.001 , sehingga hipotesis lima diterima. Minat perilaku penggunaan dapat dipengaruhi oleh perasaan positif atau negatif pengguna. Berdasarkan hasil analisis multigrup, diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan pola pengaruh sikap terhadap minat perilaku penggunaan *fintech peer to peer lending* antara generasi x dan generasi y yang berdomisili di Kota Manado. Bagi generasi x maupun generasi y, sikap memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku penggunaan *fintech peer to peer lending*.

Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Fintech Peer To Peer Lending

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan nilai koefisien jalur dari norma subjektif (NS) terhadap minat perilaku penggunaan (MPP) sebesar 0.095 dan nilai p hitung 0.096, sehingga hipotesis enam ditolak. Responden dalam penelitian ini tidak terlalu mementingkan dan mempertimbangkan berbagai pandangan orang lain mengenai *fintech peer to peer lending* sehingga pengaruh terhadap minat perilaku penggunaan *fintech peer to peer lending* tidak signifikan. Berdasarkan hasil analisis multigrup ditemukan adanya perbedaan pengaruh norma subjektif terhadap minat perilaku penggunaan antara generasi x dan generasi y yang berdomisili di Kota Manado. Adanya pandangan yang berbeda antara generasi x dan y. Generasi x di kota Manado lebih cenderung mempertimbangkan bahkan mendengarkan pendapat orang disekitar mereka seperti teman, keluarga atau kelompok sebaya untuk mempengaruhi minat perilaku penggunaan *fintech peer to peer lending*. Berbanding terbalik dengan generasi y di kota Manado yang mempedulikan pengaruh sosial dalam menentukan perilaku mereka, sehingga pengaruh sosial tidak memberikan pengaruh bagi minat perilaku penggunaan *fintech peer to peer lending* generasi y di Kota Manado.

Pengaruh Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Fintech Peer To Peer Lending

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan nilai koefisien jalur dari kontrol perilaku persepsian (KP) terhadap minat perilaku penggunaan (MPP) sebesar 0.129 dan nilai p hitung 0.038, sehingga hipotesis tujuh diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh positif kontrol perilaku persepsian terhadap minat perilaku penggunaan. Semakin besar kontrol perilaku persepsian, maka semakin kuat minat seseorang untuk menggunakan teknologi. Berdasarkan hasil analisis multigrup ditemukan bahwa terdapat perbedaan pengaruh kontrol perilaku persepsian antara generasi x maupun generasi y yang berdomisili di Kota Manado. Generasi x berpandangan, kontrol perilaku persepsian merupakan faktor yang berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan *fintech peer to peer lending*. Berbanding terbalik dengan generasi y yang menganggap kontrol perilaku persepsian tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan *fintech peer to peer lending*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Terdapat perbedaan pengaruh persepsi kemanfaatan, norma subjektif dan kontrol perilaku persepsian terhadap minat perilaku penggunaan pada *fintech peer to peer lending* antara generasi x dan generasi y di Kota Manado. Sedangkan persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, sikap terhadap perilaku tidak terdapat perbedaan pengaruh terhadap minat perilaku penggunaan *fintech peer to peer lending* antara generasi x dan generasi y di Kota Manado.

Saran

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi pelaku bisnis dibidang *fintech lending* agar dapat meningkatkan minat perilaku penggunaan *fintech peer to peer lending*, mengingat minat perilaku penggunaan merupakan aspek penting karena minat perilaku penggunaan merupakan niat konsumen untuk datang kembali, memberikan testimoni (*word of mouth*) positif. Dengan mengetahui niat berperilaku konsumen maka para pelaku usaha di bidang *fintech peer to peer lending* dapat mampu meposisi diri bahkan memperbaiki kinerja, strategi guna mendapatkan minat berperilaku positif. Selain itu pelaku usaha dibidang *fintech peer to peer lending* bisa mengetahui tentang pengaruh perbedaan model *behavioral intention* antara generasi X dan generasi Y di Manado untuk dapat memahami perilaku konsumen pengguna *fintech lending* dengan demikian implementasi strategi pemasaran tepat dan sesuai guna akan membantu konsumen loyal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S. N. A. (2018) 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology (Fintech) Syariah (Paytren) Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran (Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Of Planned Behavior (TPB)', *Iqtishaduna*, 8(1), pp. 57–73. Available at: <http://journal.uinmataram.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/687>.
- Budiati, I. et al. (2018) *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Edited by A. Said et al. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. Available at: <https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenia.pdf>.
- Burgiel, A. and Sowa, I. (2017) 'New Consumer Trends Adoption by Generations X and Y - Comparativ Analysis', *Zeszyty Naukowe SGGW - Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, (117), pp. 61–74. doi: 10.22630/eiogz.2017.117.5.
- Darmaningtyas, I. and Suardana, K. (2017) 'Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Penggunaan Software Oleh Auditor Yang Berimplikasi Pada Kinerja Auditor', *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 21, pp. 2448–2478. doi: <https://doi.org/10.24843/EJA.2017.v21.i03.p27>.
- Darmansyah et al. (2020) 'Factors determining behavioral intentions to use Islamic financial technology: Three competing models', *Journal of Islamic Marketing*, (August 2019). doi: 10.1108/JIMA-12-2019-0252.
- Fatmawati, E. (2015) 'Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Terasap Sistem Informasi Perpustakaan', *Jurnal Iqra*, 09(01), pp. 1–13.
- Ferdinand, A. (2014) *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunadi, W. (2018) 'Regulasi Fintech Pada Era Industri 4.0', in *Di Presentasikan Pada Konferensi Digital Transformation & Industry 4.0 Jakarta 28 November 2018*, pp. 1–36.
- Ha, N. T. Et Al. (2019) 'The Effect Of Trust On Consumers' Online Purchase Intention: An Integration Of Tam And Tpb', *Management Science Letters*. Growing Science, 9(9), Pp. 1451–1460. Doi: 10.5267/J.Msl.2019.5.006.
- Hamidah, T. (2018) 'Mengenal Kohort: Veteran Generation, Baby Boomers, Millennials, Gen X & Gen Z', 18 February 2018. Vol.4. No. Available at: <https://buletin.k-pin.org/index.php/arsip-artikel/242-mengenal-kohort-veteran-generation-baby-boomers-millennials-gen-x-gen-z> (Accessed: 17 January 2020).

- Karamoy, H., & Tulung, J. E. (2020). The Effect of Banking Risk on Indonesian Regional Development Bank. *Banks and Bank Systems*, 15(2), 130-137
- Karamoy, H., & Tulung, J. E. (2020). The Effect of Financial Performance And Corporate Governance To Stock Price In Non-Bank Financial Industry. *Corporate Ownership & Control*, 17(2), 97-103
- Korry, P. D. P. (2017) 'Eksplorasi Niat Perilaku Wisatawan Dengan Pengujian Model Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior (Studi Kasus Pada Online Travel Agent)', 2(2), pp. 137–148. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016) *Marketing Management*. 15e edn, *Global Edition*. 15e edn. essex, England: Pearson Education Limited. doi: 10.1080/08911760903022556.
- Lapian, S. L. H. V. J. (2016) 'Pengaruh Strategi Competitive Advantage Terhadap Perilaku Konsumen Di Bisnis Ritel', *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 3, pp. 1–13.
- Lestari, N. P. M. (2019) 'Pemahaman Generasi Milenial Berinvestasi di Peer to Peer Lending Ni Putu Mega Lestari', 16(3), pp. 17–30. Available at: <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/%0APemahaman>.
- Magdalena, R. and Baridwan, Z. (2015) 'The Analysis of Individuals ' Behavioral Intention in Using Mobile Banking Based on TPB , TAM and Perceived Risk'.
- Modal Rakyat (2020) *Mengenal P2P Lending, Investasi Kekinian yang Jadi Idaman*, *Urbanasia.com*. Available at: <https://www.urbanasia.com/mengenal-p2p-lending-investasi-kekinian-yang-jadi-idaman-U9462> (Accessed: 2 June 2020).
- Purwianti, L. and Tio, K. (2017) 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavioural Intention', *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), p. 15. doi: 10.28932/jmm.v17i1.415.
- Syanto dan Kurniawan (2019, p. 178)
- Rahmatika, U. and Fajar, M. A. (2019) 'Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk', *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 8(2), pp. 274–284. doi: 10.21831/nominal.v8i2.26557.
- Riyanti (2015) 'intensi mencontek ditinjau dari theory of planned behavior', *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 151(02), pp. 10–17. doi: 10.1145/3132847.3132886.
- Sanne, P. N. C. and Wiese, M. (2018) 'The theory of planned behaviour and user engagement applied to Facebook advertising', *SA Journal of Information Management*, 20(1), pp. 1–10. doi: 10.4102/sajim.v20i1.915
- Singh, S. and Srivastava, P. (2019) 'Social media for outbound leisure travel: a framework based on technology acceptance model (TAM)', *Journal of Tourism Futures*, 5(1), pp. 43–61. doi: 10.1108/JTF-10-2018-0058.
- Sugiyono (2014) *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. 5th edn. Edited by Sutopo. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto and Kurniawan, T. A. (2019) 'Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)', *Akmenika*, 16(1). Available at: <https://journal.upy.ac.id/index.php/akmenika/article/view/166>.

- Sumarauw, J. (2015) 'Analisis Faktor Pembelian Properti Di Kota Manado', *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(4), pp. 716–727.
- Tenkasi, R. R. V. and Zhang, L. (2018) 'A test of the theory of planned behavior: Influencing behavioral change to go "Green"', *Research in Organizational Change and Development*, 26, pp. 127–165. doi: 10.1108/S0897-301620180000026004.
- Thanuskodi, S. (2013) 'DigitalCommons @ University Gender Differences in Internet Usage among College Students : A Comparative Study', pp. 11–17.
- Tigauw, N. (2019) *Kota Manado Dominasi Serap Investasi Sulut, Antara Sulut*. Available at: <https://manado.antaranews.com/berita/64268/kota-manado-dominasi-serap-investasi-sulut> (Accessed: 21 July 2020)
- Tulung, J. E., & Ramdani, D. (2018). Independence, size and performance of the board: An emerging market research. *Corporate Ownership & Control*, 15(2-1), 201-208.
- Volva, L. *et al.* (2018) 'Perilaku Penggunaan Tas Belanja Pada Ibu Rumah Tangga Tidak Bekerja dalam Pespektif Theory of Planned Behavior', 11(1), pp. 49–59.
- Widyarini, L. A. (2005) 'Analisis Niat Perilaku Menggunakan Internet Banking di Kalangan Pengguna Internet di Surabaya', *Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi*, 5(1), pp. 101–123.