

ANALISIS PENERIMAAN APLIKASI FINTECH DENGAN HEDONIC MOTIVATION SYSTEM ADOPTION MODEL

Bintang Satria Nugraha*¹⁾, Ariya Dwika Cahyono²⁾

1. Sistem Informasi, Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia
2. Sistem Informasi, Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia

Article Info

Kata Kunci: HMSAM; SEM-PLS; Aplikasi Fintech.

Keywords: HMSAM; SEM-PLS; Fintech Application.

Article history:

Received 9 Oktober 2024

Revised 15 November 2024

Accepted 10 Desember 2024

Available online 15 March 2025

DOI :

<https://doi.org/10.29100/jupi.v10i2.6072>

* Corresponding author.

Corresponding Author

E-mail address:

bintang.satria.nugraha@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan inovasi di sektor keuangan menciptakan *fintech*. Aplikasi *fintech* merupakan salah satu bentuk *fintech* yang membuka akses layanan keuangan untuk semua kalangan dan berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Namun penerimaan aplikasi *fintech* di Indonesia masih rendah. Dalam penerimaan teknologi faktor intrinsik memiliki peran penting. Untuk mengatasi permasalahan tersebut dilakukan penelitian analisis penerimaan aplikasi *fintech* dengan tujuan mengetahui faktor yang mempengaruhi niat dalam penggunaan dan imersi pengguna saat menggunakan aplikasi *fintech* berdasarkan kerangka teoritis HMSAM (*Hedonic Motivation System Adoption Model*). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Data yang dikumpulkan dianalisis secara statistik dengan metode SEM-PLS menggunakan aplikasi SmartPLS v3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan niat dalam penggunaan aplikasi *fintech* dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi kemudahan penggunaan, kontrol, kebahagiaan, dan persepsi kegunaan. Sedangkan imersi pada aplikasi *fintech* dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi kemudahan penggunaan, keingintahuan, kebahagiaan, dan kontrol. Hasil penelitian ini juga menunjukkan keingintahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat dalam penggunaan aplikasi *fintech*.

ABSTRACT

The development of technology and innovation in the financial sector creates *fintech*. *Fintech* application is one form of *fintech* that opens access to financial services for everyone and contributes positively to inclusive economic growth. However, the acceptance of *fintech* applications in Indonesia is still low. In technology acceptance, intrinsic factors play an important role. To overcome these problems, this research analyzes the acceptance of *fintech* applications with the aim of knowing the factors that influence intention to use and user immersion when using *fintech* applications based on the HMSAM (*Hedonic Motivation System Adoption Model*) theoretical framework. This study uses a quantitative method with a questionnaire as a data collection method. The data collected was statistically analyzed using the SEM-PLS method using the SmartPLS v3.2.9 application. The results showed that the behavioral intention of use the *fintech* application was significantly influenced by perceived ease of use, control, excitement, and perceived usefulness. Meanwhile, immersion on *fintech* applications is significantly influenced by perceived ease of use, curiosity, excitement, and control. The results of this study also show that curiosity has no significant effect on behavioral intention of use on the *fintech* applications.

I. PENDAHULUAN

PERKEMBANGAN teknologi dan inovasi merupakan aspek penting yang berpengaruh ke semua lini kehidupan manusia termasuk pada aspek finansial. Salah satu wujud perkembangan inovasi finansial dengan teknologi adalah *financial technology* atau *fintech*[1]. *Fintech* terutama aplikasi *fintech* terbukti berperan sebagai sarana yang menjanjikan dengan menutup kesenjangan finansial dapat meningkatkan kualitas dan akses terhadap layanan finansial untuk populasi yang tidak terjangkau atau kurang terlayani oleh bank. Hal ini membuat aplikasi *fintech* menjadi sesuatu yang berpengaruh positif kepada pertumbuhan ekonomi yang inklusif[2]. Meskipun demikian tingkat adopsi atau penerimaan aplikasi *fintech* di Indonesia masih relatif rendah dengan berada

di angka 58.1% berdasarkan survey yang dilakukan oleh DailySocial dan Otoritas Jasa Keuangan[3]. Untuk meningkatkan penerimaan aplikasi *fintech* di Indonesia, diperlukan analisis penerimaan aplikasi *fintech* guna mengetahui faktor yang dapat mempengaruhinya.

Penerimaan teknologi didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna dapat merasa bebas tanpa terbebani dalam mengguakan suatu sistem[4]. Dalam penerimaan teknologi terdapat dua motivasi yang berperan penting yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik[2], dari kedua motivasi tersebut, motivasi intrinsik merupakan faktor yang lebih berpengaruh terhadap perilaku manusia dalam menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi bahkan pada sistem yang dibangun untuk motivasi ekstrinsik (*Utilitarian Motivation System*)[5].

Hedonic Motivation System Adoption Model (HMSAM) yang merupakan suatu model penerimaan teknologi yang lebih mempertimbangkan lebih banyak motivasi intrinsik pengguna dalam menggunakan teknologi dengan menguraikan motivasi intrinsik yang diasosiasikan sebagai prediktor penerimaan teknologi berdasarkan pemecahan *Cognitive Absorbtion (CA)*[6]. Meskipun HMSAM diperuntukkan untuk *hedonic motivation system (HMS)*, HMSAM dapat diaplikasikan untuk dapat lebih memahami dan memanfaatkan motivasi intrinsik pengguna dengan lebih baik pada *Utilitarian Motivation System (UMS)* seperti aplikasi *fintech*[7]. Pada HMSAM penerimaan teknologi direpresentasikan sebagai *Behavioral Intention of Use*, Sedangkan *Immersion* dalam HMSAM menjelaskan bagaimana pengguna memiliki keterlibatan atau imersi saat menggunakan teknologi. Superioritas motivasi intrinsik terhadap motivasi ekstrinsik membuat HMSAM dapat menjadi solusi yang lebih baik untuk memprediksi penerimaan aplikasi *fintech*.

Pada sebuah penelitian[8] yang melakukan analisis penerimaan *learning management system* yang merupakan satu bentuk (*Utilitarian Motivation System*) dengan menggunakan model HMSAM guna memahami dan meningkatkan motivasi intrinsik pengguna LMS, berdasarkan analisis data secara kuantitatif menggunakan SEM-PLS didapat hasil bahwa hanya satu dari semua hipotesis dari variabel HMSAM yang ditolak, yaitu hipotesis yang menyatakan *joy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention of use*. Pada penelitian lain[9] menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi transaksi digital aplikasi *fintech paylater* yang merupakan bentuk (*Utilitarian Motivation System*) untuk memahami faktor yang dapat mempengaruhi transaksi digital *paylater* berdasarkan variabel dari HMSAM yang dikembangkan, penelitian menggunakan metode kuantitatif menggunakan analisis data SEM-PLS, hasil peneltian menunjukkan satu dari seuruh hipotesis ditolak, hipotesis yang ditolak yaitu *control* berpengaruh signifikan terhadap *satisfaction*.

Penelitian ini akan menganalisis faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi *fintech* berdasarkan variabel niat menggunakan (*behavioral intention of use*) dan imersi (*immersion*) dalam menggunakan aplikasi *fintech* dari model teoritis HMSAM. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk mengembangkan desain apikasi *fintech* dengan lebih mempertimbangkan motivasi intrinsik.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berupa penelitian empiris pada paradigma ilmu perilaku (*behavioral science research*) dengan model teoritis HMSAM[10] dengan metode kuantitatif untuk dapat lebih baik dalam mengukur dan menganalisis hubungan struktural antar variabel secara objektif. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner.

Kuesioner disusun berdasarkan variabel dari model HMSAM. Variabel *Perceived ease of use* direpresentasikan dengan (PEU), *Control* (C), *Joy* (J), *Curiosity* (CUR), *Perceived usefulness* (PU), *Behavioral intention of use* (BIU), dan *Immersion* (I). Setiap variabel terdapat indikator, indikator dalam penelitian dinyatakan dalam bentuk pernyataan dengan jumlah tiga indikator yang mewakili dalam setiap variabel untuk memperluas pemahaman terhadap setiap variabel yang diukur. Setiap indikator diukur dengan menggunakan skala likert sehingga menghasilkan data yang dapat dianalisis secara statistik[11]. Uraian pernyataan untuk setiap variabel dapat dilihat pada tabel 1.

TABEL I
 PERNYATAAN KUESIONER

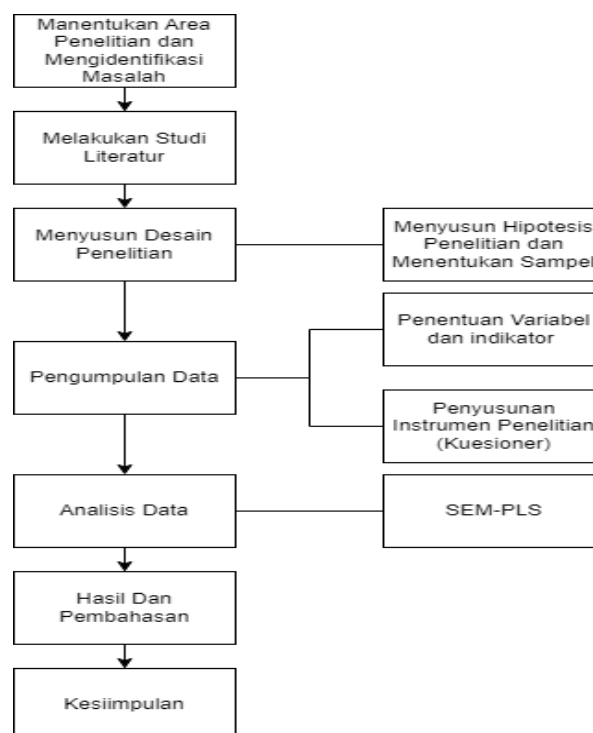
NO	Variabel	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
Perceived Ease of Use (PEU)						
1	Saya merasa aplikasi ini mudah digunakan.					
2	Saya merasa nyaman dengan antarmuka atau tampilan dari aplikasi ini.					
3	Saya merasa fitur dalam aplikasi ini mudah digunakan.					
Perceived Usefulness (PU)						
1	Saya merasa bahwa aplikasi ini meningkatkan efektivitas transaksi saya	STS	TS	N	S	SS
2	Saya merasa bahwa aplikasi ini memudahkan urusan saya.					
3	Saya merasa bahwa aplikasi ini membantu saya menyelesaikan urusan dengan lebih cepat.					
Curiosity (CUR)						
1	Saya merasa penasaran tentang fitur-fitur baru dalam aplikasi ini.	STS	TS	N	S	SS
2	Saya ingin tahu lebih banyak tentang aplikasi ini.					
3	Saya sering mencoba fitur-fitur yang ada dalam aplikasi ini.					

	Joy (JOY)	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa bahagia saat menggunakan aplikasi ini.					
2	Menggunakan aplikasi ini membuat saya merasa bahagia.					
3	Aplikasi ini memberikan saya rasa kepuasan.					
	Control (CTR)	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa memiliki kendali penuh atas aplikasi ini.					
2	Saya merasa dapat mengoperasikan aplikasi ini dengan mudah.					
3	Saya merasa aplikasi ini dapat melakukan apa yang saya inginkan.					
	Behavioral Intention of Use (BIU)	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berencana untuk terus menggunakan aplikasi ini di masa depan.					
2	Saya akan merekomendasikan aplikasi ini kepada orang lain.					
3	Saya akan terus menggunakan aplikasi ini sebanyak yang saya butuhkan.					
	Immersion (IM)	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa tenggelam, waktu saya menjadi lebih cepat saat saya menggunakan aplikasi ini.					
2	Saya merasa fokus dan terlibat sepenuhnya saat menggunakan aplikasi ini.					
3	Saya merasa terhubung (terkoneksi) dengan aplikasi ini saat saya menggunakannya.	STS	TS	N	S	SS

Pengolahan data secara statistik dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling with Partial Least Squares (SEM-PLS)*[12], SEM-PLS digunakan untuk dapat menangani model yang kompleks dengan banyak variabel dan indikator, mengakomodasi data yang tidak memenuhi asumsi normalitas, dan memberikan prediksi yang efisien dan akurat meskipun dengan ukuran sampel yang kecil[13].

A. Tahapan Penelitian

Penelitian dimulai dengan menentukan area penelitian yaitu penerimaan aplikasi *fintech*. Tahap kedua penelitian berupa tinjauan pustaka dengan membaca artikel-artikel dalam jurnal ilmiah yang berkaitan dengan *fintech*, manfaat *fintech*, dan model teoritis penerimaan teknologi. Tahap ketiga merupakan penentuan desain penelitian dengan menggunakan HMSAM sebagai dasar teori dan penyusunan hipotesis. Tahap keempat memuat penentuan indikator dan variabel kuesioner serta pengumpulan data kuesioner. Tahap kelima memuat analisis data dengan SEM-PLS dengan aplikasi SmartPLS versi 3.2.9 sebagai alat pengolah data. Tahap terakhir penelitian memuat kesimpulan dari penelitian.



Gambar. 1. Tahapan penelitian

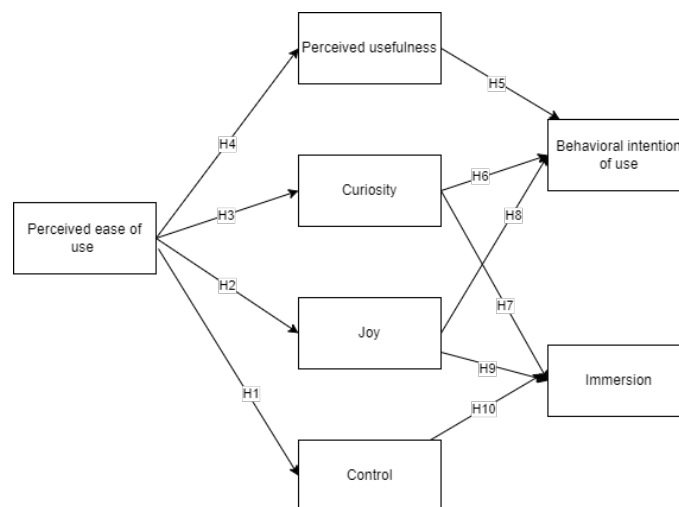
B. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang menggunakan aplikasi *fintech*. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive sampling* pada masyarakat Indonesia yang menggunakan aplikasi *fintech*. Pemilihan *purposive sampling* sebagai metode sampling adalah untuk dapat memilih subjek penelitian yang sesuai dengan kriteria inklusi dan eksklusi yang relevan terhadap penelitian untuk dapat memberikan hasil yang lebih representatif terhadap populasi penelitian, bias dalam sampel yang mungkin terjadi adalah subjek yang dipilih oleh peneliti mungkin tidak sepenuhnya objektif[14]. Kriteria inklusi sampel penelitian adalah WNI berusia diatas 18

tahun karena merupakan batas legal, merupakan pengguna aktif aplikasi *fintech* setidaknya satu kali dalam tiga bulan, dan memiliki akses internet sedangkan kriteria eksklusi sampel adalah non-WNI berusia diatas 18 tahun, WNI berusia dibawah 18 tahun, pengguna non-aktif aplikasi *fintech*, dan tidak memiliki akses internet. Penentuan jumlah sampel uji statistik SEM-PLS dalam penelitian ini menggunakan aturan sepuluh kali yang dikemukakan oleh Barclay, Higgins, dan Thompson [15] untuk memastikan bahwa model memiliki kemampuan yang memadai untuk mengukur efek dan memberikan estimasi prediktif yang stabil dan dapat diandalkan. Aturan sepuluh kali yaitu ukuran sampel minimal adalah sepuluh kali jumlah indikator formatif yang paling banyak dalam satu variabel, dan minimal sepuluh kali jumlah variabel eksogen pada variabel endogen dengan variabel eksogen terbanyak [16]. Pada penelitian ini variabel dengan indikator formatif terbanyak adalah tiga, sedangkan variabel dengan jumlah variabel eksogen terbanyak adalah empat, sehingga minimal sampel dalam penelitian ini adalah 80.

C. Hipotesis Penelitian

Penyusunan hipotesis penelitian didasarkan pada kerangka teoritis HMSAM. Model penelitian ini memiliki tujuh variabel yang terdiri dari enam variabel endogen dan satu variabel eksogen.



Gambar. 2. Model HMSAM dan hipotesis penelitian

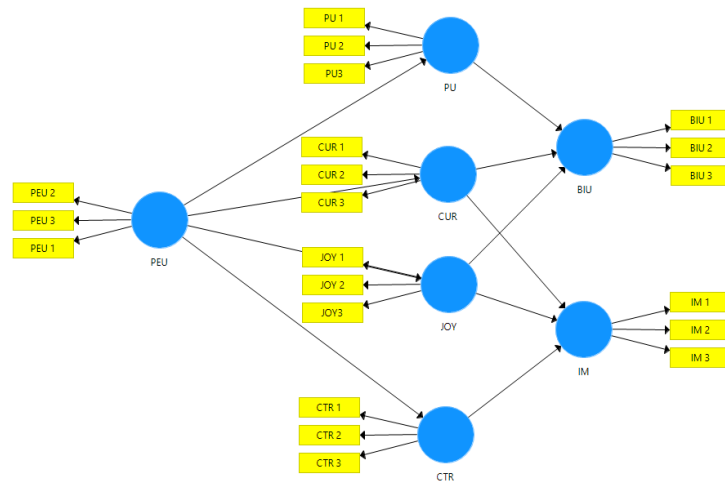
Berdasarkan model penelitian diatas, hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. H1 : *Perceived ease of use (PEU)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Control (CTR)* dalam penggunaan aplikasi *fintech*.
2. H2 : *Perceived ease of use (PEU)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Joy (JOY)* dalam penggunaan aplikasi *fintech*.
3. H3 : *Perceived ease of use (PEU)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Curiosity (CUR)* dalam penggunaan aplikasi *fintech*.
4. H4 : *Perceived ease of use (PEU)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Perceived usefulness (PU)* dalam penggunaan aplikasi *fintech*.
5. H5 : *Perceived usefulness (PU)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral intention of use* dalam penggunaan aplikasi *fintech*.
6. H6 : *Curiosity (CUR)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral intention of use (BIU)* dalam penggunaan aplikasi *fintech*.
7. H7 : *Curiosity* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Immersion (IM)* dalam penggunaan aplikasi *fintech*.
8. H8 : *Joy (JOY)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral intention of use (BIU)* dalam penggunaan aplikasi *fintech*.
9. H9 : *Joy (JOY)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Immersion (IM)* dalam penggunaan aplikasi *fintech*.
10. H10 : *Control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Immersion (IM)* dalam penggunaan aplikasi *fintech*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dari responden diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan secara daring kepada pengguna aplikasi *fintech* dari bulan Desember 2023 hingga Maret 2024. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah 83 responden. Analisis data dilakukan dengan SEM-PLS untuk menguji hipotesis-hipotesis. Alat bantu yang

digunakan adalah SmartPLS versi 3.2.9. Analisis data dengan SEM-PLS dilakukan dengan melalui dua tahap yaitu model pengukuran (*outer model*), dan model struktural (*inner model*). Analisis data dengan SEM-PLS pada penelitian ini terbatas pada jumlah data yaitu 83 data yang tidak jauh dari minimum sampel berdasarkanaturan sepuluh kali mungkin memengaruhi generalisasi hasil untuk populasi yang luas. Model penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :



Gambar. 3. Model penelitian

A. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran atau *Outer Model* digunakan untuk mengukur validitas dan reliabilitas variabel dan indikatornya agar dipastikan memenuhi syarat sebelum pengujian signifikansi hubungan di *inner model* [17]. Dalam Uji validitas *outer model*, indikator reflektif diukur dengan validitas konvergen (*Convergent Validity*) dan validitas diskriminan (*Discriminant Validity*), sedangkan untuk uji reliabilitasnya diukur dengan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* [18].

1) Uji Validitas

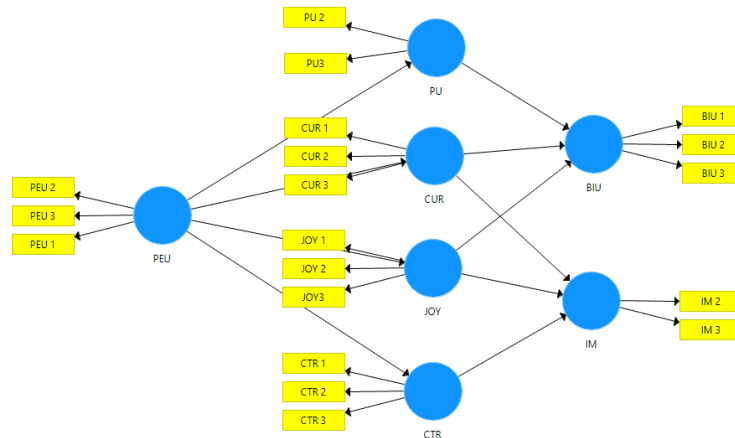
a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Uji validitas konvergen dilakukan untuk menilai hubungan setiap indikator terhadap variabelnya. Validitas konvergen dinilai berdasarkan nilai *Loading Factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)* dengan nilai minimum masing-masing 0,7 dan 0,5 [19]. Hasil dari uji *Loading Factor* Indikator IM 1 pada variabel IM memiliki nilai 0,556 dan indikator PU 1 pada variabel PU bernilai 0.684 yang berarti indikator IM 1 dan PU 1 lebih kecil dari 0,7 sehingga indikator IM 1 dan PU 1 dihapus dari model penelitian. Nilai *Loading Factor* setelah penghapusan indikator IM 1 dan PU 1 memenuhi kriteria lebih dari 0,70 sehingga valid. Uraian nilai *Loading Factor* model valid dapat dilihat pada tabel 2.

TABEL II
 HASIL UJI VALIDITAS KONVERGEN

Variabel	Indikator	Loading Factor	AVE
BIU	BIU 1	0,820	0,677
	BIU 2	0,797	
	BIU 3	0,850	
CTR	CTR 1	0,854	0,795
	CTR 2	0,895	
	CTR 3	0,923	
CUR	CUR 1	0,868	0,812
	CUR 2	0,935	
	CUR 3	0,899	
JOY	JOY 1	0,921	0,945
	JOY 2	0,935	
	JOY3	0,905	
IM	IM 2	0,972	0,847
	IM 3	0,972	
	PEU 1	0,822	
PEU	PEU 2	0,804	0,690
	PEU 3	0,865	
	PU	PU 2	
PU3		0,973	

Model penelitian setelah penghapusan dua indikator tidak valid adalah seperti pada gambar 4.



Gambar. 4. Model penelitian valid

Nilai *Average Variance Extraction (AVE)* dari setiap variabel telah memenuhi kriteria minimal lebih dari 0.5 sehingga dikategorikan valid. Uraian nilai AVE terdapat pada tabel 2.

b. Validitas Diskriminan

Nilai uji validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap variabel berbeda dari variabel lain berdasarkan *Fornell-Larcker Criterion* dan *Cross Loading*. Validitas diskriminan dengan *Fornell-Larcker Criterion* merupakan akar kuadrat dari AVE, yang akan berlaku valid jika nilai setiap variabel yang sama memiliki korelasi lebih besar dari variabel yang lain dengan syarat korelasi di atas 0,70, sedangkan *Cross Loading* mengharuskan nilai hubungan suatu indikator dalam suatu variabel harus lebih besar dari hubungan suatu indikator dengan variabel yang lain [20].

TABEL III
 HASIL UJI FORNELL-LACKER CRITERION

	BIU	CTR	CUR	IM	JOY	PEU	PU
BIU	0,823						
CTR	0,782	0,891					
CUR	0,230	0,267	0,901				
IM	0,778	0,680	0,001	0,972			
JOY	0,745	0,713	0,188	0,778	0,920		
PEU	0,745	0,702	0,337	0,619	0,632	0,831	
PU	0,730	0,762	0,154	0,684	0,611	0,719	0,970

Hasil uji validitas diskriminan *Fornell-Larcker Criterion* pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai korelasi antar variabel dengan variabel itu sendiri lebih besar dari korelasi dengan variabel lain serta bernilai lebih dari 0,70 atau telah memenuhi kriteria valid.

TABEL IV
 HASIL UJI CROSS LOADING

	BIU	CTR	CUR	IM	JOY	PEU	PU
BIU 1	0,820	0,666	0,125	0,546	0,448	0,564	0,677
BIU 2	0,797	0,611	0,304	0,622	0,772	0,684	0,552
BIU 3	0,850	0,654	0,115	0,747	0,581	0,571	0,580
CTR 1	0,709	0,854	0,275	0,561	0,617	0,539	0,680
CTR 2	0,711	0,895	0,165	0,664	0,641	0,701	0,698
CTR 3	0,671	0,923	0,287	0,582	0,648	0,620	0,660
CUR 1	0,140	0,181	0,868	-0,043	0,217	0,220	0,095
CUR 2	0,218	0,232	0,935	0,011	0,213	0,266	0,189
CUR 3	0,238	0,283	0,899	0,018	0,110	0,383	0,126
IM 2	0,744	0,657	-0,049	0,972	0,736	0,602	0,680
IM 3	0,768	0,664	0,050	0,972	0,776	0,602	0,650
JOY 1	0,611	0,592	0,047	0,790	0,921	0,502	0,491
JOY 2	0,734	0,704	0,179	0,731	0,935	0,610	0,660
JOY 3	0,707	0,669	0,291	0,628	0,905	0,631	0,530
PEU 1	0,563	0,523	0,100	0,608	0,588	0,822	0,644
PEU 2	0,559	0,563	0,359	0,364	0,337	0,804	0,580
PEU 3	0,721	0,656	0,377	0,559	0,628	0,865	0,573
PU 2	0,688	0,725	0,132	0,641	0,576	0,644	0,966
PU 3	0,727	0,752	0,164	0,683	0,609	0,745	0,973

Hasil uji validitas diskriminan *Cross Loading* pada tabel 4 memenuhi kriteria valid karena hubungan indikator terhadap variabel indikator itu sendiri lebih besar dari hubungan dengan variabel lain.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* memiliki kriteria minimal diatas 0,7 agar memenuhi syarat konsistensi dan akurasi indikator penelitian dalam mengukur variabel [21].

TABEL V
 HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite reliability
BIU	0,762	0,863
CTR	0,871	0,921
CUR	0,889	0,928
JOY	0,942	0,972
IM	0,910	0,943
PEU	0,776	0,870
PU	0,936	0,969

a. *Composite Reliability*

Nilai hasil uji reliabilitas *Composite Reliability* pada tabel 5 menunjukkan nilai >0,70 untuk setiap variabel sehingga reliabel. Nilai *Composite Reliability* tertinggi pada variabel IM dengan nilai 0,972 dan yang paling rendah pada variabel BIU dengan nilai 0,863.

b. *Cronbach's Alpha*

Nilai hasil uji reliabilitas *Cronbach's Alpha* pada tabel 5 menunjukkan nilai >0,70 untuk setiap variabel sehingga reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* tertinggi pada variabel IM dengan nilai 0,942 dan yang paling rendah pada variabel BIU dengan nilai 0,762.

B. Model Struktural (*Inner Model*)

Model Struktural (*Inner Model*) dilakukan setelah tahap model pengukuran (*Outer Model*). Pengujian model struktural dilakukan untuk mengetahui nilai *R-square* dan signifikansi *T-statistic* yang akan menjadi indikator penilaian dalam penelitian.

1) Menilai *R-Square*

Nilai *R-square* merupakan ukuran kecocokan untuk menyatakan model yang diajukan dapat diterima. Penelitian ini merupakan penelitian empiris dalam paradigma *behavioral science research* yang merupakan bagian dari *social science* maka nilai *R-square* yang dapat diterima adalah sekurang-kurangnya 0,1 atau 10%. Uji *R-square* digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen [22]. Hasil pengujian nilai *R-Square* pada tabel 6.

TABEL VI
 HASIL UJI R-SQUARE

Variabel Dependen	R-square
BIU	0,681
CTR	0,493
CUR	0,114
IM	0,672
JOY	0,400
PU	0,516

Variabel *Behavioral Intention of Use* (BIU) memiliki nilai *R-square* 0,681 yang berarti variabilitas variabel BIU dapat dijelaskan oleh variabel independennya sebesar 68,1%. Variabel *Control* (CTR) memiliki nilai *R-square* 0,493 yang berarti variabilitas variabel CTR dapat dijelaskan oleh variabel independennya sebesar 49,3%. Variabel *Curiosity* (CUR) memiliki nilai *R-square* 0,114 yang berarti variabilitas variabel CUR dapat dijelaskan oleh variabel independennya sebesar 11,4%. Variabel *Immersion* (IM) memiliki nilai *R-square* 0,672 yang berarti variabilitas variabel IM dapat dijelaskan oleh variabel independennya sebesar 67,2%. Variabel *Joy* (JOY) memiliki nilai *R-square* 0,400 yang berarti variabilitas variabel JOY dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 40,0%. Variabel *Perceived Usefulness* (PU) memiliki nilai *R-square* 0,516 yang berarti variabilitas variabel PU dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 51,6%.

Berdasarkan hasil nilai *R-square*, variabel dengan nilai *R-square* terbesar adalah BIU dengan nilai 0,681 atau 68,1% sedangkan variabel dengan nilai *R-square* terkecil adalah CUR dengan nilai 11,4%.

Berdasarkan hasil tersebut nilai dari semua variabel dependen sudah memenuhi kriteria sekurang-kurangnya 0.1 atau 10% sehingga model yang diajukan dapat diterima.

2) Uji Hipotesis (*T-statistic*)

Uji Hipotesis dilakukan berdasarkan nilai uji T. Dalam penelitian ini nilai T yang digunakan adalah 1,96 dengan 5% signifikansi serta jenis tes yang digunakan adalah *two-tailed* atau pengujian dua arah [23].

TABEL VII
 HASIL UJI T

Hipotesis	T Statistics (O/STDEV)	T-Values	Keterangan
H1: PEU -> CTR	12,266	1,96	Diterima
H2: PEU -> JOY	7,748	1,96	Diterima
H3: PEU -> CUR	2,43	1,96	Diterima
H4: PEU -> PU	15,822	1,96	Diterima
H5: PU -> BIU	4,461	1,96	Diterima
H6: CUR -> BIU	1,222	1,96	Ditolak
H7: CUR -> IM	3,251	1,96	Diterima
H8: JOY -> BIU	4,901	1,96	Diterima
H9: JOY -> IM	6,265	1,96	Diterima
H10: CTR -> IM	3,178	1,96	Diterima

Berdasarkan nilai uji T pada tabel 7 hasil uji hipotesis adalah sebagai berikut :

- H1 : Diterima karena memiliki nilai *t-statistic* 12,266 atau lebih besar dari *t-value* sehingga *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *control*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kontrol pengguna atas aplikasi *fintech*. Pengguna yang merasa bahwa aplikasi *fintech* mudah digunakan cenderung lebih merasa percaya diri dalam menggunakan fungsi dan fitur di dalamnya, yang berarti meningkatkan perasaan lebih berdaya atau kontrol terhadap aplikasi *fintech*.
- H2 : Diterima karena memiliki nilai *t-statistic* 7,748 atau lebih besar dari *t-value* sehingga *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *joy*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kebahagiaan yang dirasakan pengguna aplikasi *fintech*. Kemudahan dalam penggunaan aplikasi *fintech* dapat mengurangi beban kognitif dan menghindarkan pengguna dari perasaan frustrasi, sehingga dapat mendorong kebahagiaan pengguna dalam menggunakan aplikasi *fintech*.
- H3 : Diterima karena memiliki nilai *t-statistic* 2,430 atau lebih besar dari *t-value* sehingga *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *curiosity*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap rasa ingin tahu yang dirasakan oleh pengguna aplikasi *fintech*. Saat pengguna merasa aplikasi *fintech* mudah digunakan, pengguna dapat memunculkan rasa ingin tahu sehingga pengguna dapat termotivasi untuk mengeksplorasi fitur-fitur yang ada di aplikasi *fintech*.
- H4 : Diterima karena memiliki nilai *t-statistic* 15,822 atau lebih besar dari *t-value* sehingga *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived usefulness*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kemudahan pengguna aplikasi *fintech*. Ketika aplikasi *fintech* mudah digunakan,
- H5 : Diterima karena memiliki nilai *t-statistic* 4,461 atau lebih besar dari *t-value* sehingga *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention of use*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat dalam menggunakan aplikasi *fintech*. Saat pengguna merasa aplikasi *fintech* memiliki nilai-nilai yang berguna bagi kebutuhan finansial mereka, pengguna cenderung memiliki niat untuk menggunakan aplikasi *fintech* pada masa mendatang.
- H6 : Ditolak karena memiliki nilai *t-statistic* 1,222 atau lebih kecil dari *t-value* sehingga *curiosity* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *behavioral intention of use*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa rasa ingin tahu yang dirasakan pengguna memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap niat dalam menggunakan aplikasi *fintech*. Rasa ingin tahu tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi *fintech* berarti rasa ingin tahu tidak cukup untuk mendorong niat penggunaan di masa mendatang. Hal ini tentu dipengaruhi oleh faktor eksternal lain. Penggunaan aplikasi *fintech* merupakan suatu proses yang berkaitan dengan keuangan dan penggunaan uang, sehingga rasa ingin tahu tidak mempengaruhi niat pengguna dalam menggunakan aplikasi *fintech*.

7. H7 : Diterima karena memiliki nilai *t-statistic* 3,251 atau lebih besar dari *t-value* sehingga *curiosity* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *immersion*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa rasa ingin tahu yang dirasakan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengalaman yang terfokus pengguna aplikasi *fintech*. Kontras dengan hipotesis H6, rasa ingin tahu mempengaruhi keterlibatan atau imersi pengguna dalam menggunakan aplikasi *fintech*. Pengguna yang penasaran dengan fitur-fitur aplikasi *fintech* akan cenderung terlibat atau imersif saat menggunakannya.
8. H8 : Diterima karena memiliki nilai *t-statistic* 4,901 atau lebih besar dari *t-value* sehingga *joy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention of use*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kebahagiaan yang dirasakan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat dalam menggunakan aplikasi *fintech*. Pengguna yang merasa bahagia saat menggunakan aplikasi *fintech* lebih mungkin untuk menggunakannya kembali di masa mendatang karena kepuasan yang didapatkan dari pengalaman penggunaannya.
9. H9 : Diterima karena memiliki nilai *t-statistic* 6,265 atau lebih besar dari *t-value* sehingga *joy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *immersion*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kebahagiaan yang dirasakan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengalaman yang terfokus pengguna aplikasi *fintech*. Kebahagiaan yang dirasakan pengguna aplikasi *fintech* dapat menambah waktu penggunaan aplikasi dengan berinteraksi pada fitur-fitur yang membuat pengguna merasa bahagia.
10. H10 : Diterima karena memiliki nilai *t-statistic* 3,178 atau lebih besar dari *t-value* sehingga *control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *immersion*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kontrol pengguna atas aplikasi *fintech* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengalaman yang terfokus pengguna aplikasi *fintech*. Saat pengguna merasa memiliki kendali penuh atas aplikasi *fintech*, pengguna cenderung terlibat atau imersif dalam menggunakan aplikasi *fintech*, yang meningkatkan pengalaman pengguna secara menyeluruh.

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan, ditemukan bahwa *Perceived ease of use* mempengaruhi *control*, *joy*, dan *curiosity* secara signifikan menunjukkan bahwa pengguna cenderung merasa lebih puas dan merasa aplikasi *fintech* bermanfaat ketika mudah digunakan. Pengembang aplikasi *fintech* harus fokus pada pengembangan desain antarmuka atau UI/UX yang mudah dipahami dan intuitif. Desain antarmuka aplikasi yang mudah digunakan dapat memunculkan kontrol, rasa bahagia, serta rasa ingin tahu saat aplikasi digunakan, sehingga dapat memicu penggunaan lebih lanjut. *Perceived usefulness* dan *joy* mempengaruhi *behavioral intention of use* secara signifikan berarti bahwa pengguna akan memiliki niat untuk menggunakan aplikasi *fintech* jika mereka merasakan manfaat dan kebahagiaan. Pengembang aplikasi *fintech* perlu mengembangkan fitur-fitur yang tidak hanya membantu pengguna mencapai tujuan finansial, namun juga memberikan pengalaman yang menyenangkan seperti penambahan fitur gamifikasi untuk dapat meningkatkan niat pengguna dalam menggunakan aplikasi *fintech*. Dalam penelitian ini *curiosity* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention of use*, namun memiliki pengaruh signifikan terhadap *immersion*. Hal ini menunjukkan bahwa rasa ingin tahu tidak secara langsung mempengaruhi niat menggunakan, tetapi tetap penting dalam mendorong imersi atau keterlibatan pengguna saat menggunakan aplikasi *fintech*. Pengembang dapat memasukkan elemen yang memicu rasa ingin tahu pengguna, seperti tutorial yang interaktif yang menarik untuk dicoba. Pengaruh signifikan *control* terhadap *immersion* menunjukkan bahwa saat pengguna memiliki kendali penuh atas aplikasi *fintech* mereka memiliki imersi atau keterlibatan, pengembang perlu menyediakan opsi kustomisasi fitur, kendali atas akses ke pengeluaran dan pemasukan, transparansi bunga, transparansi biaya layanan untuk meningkatkan rasa kendali terhadap aplikasi *fintech*. Pengaruh tidak langsung *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention of use* menekankan pentingnya kemudahan penggunaan sebagai faktor utama. Aplikasi *fintech* yang mudah digunakan akan meningkatkan imersi pengguna yang mendorong pengguna untuk menggunakan aplikasi *fintech* dengan lebih intens.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa 9 dari 10 hipotesis diterima, ini berarti *perceived ease of use* berpengaruh secara signifikan terhadap *control*, *joy*, *curiosity*, dan *perceived usefulness*. *Perceived usefulness* dan *joy* berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention of use*. *Curiosity*, *joy*, dan *control* berpengaruh secara signifikan terhadap *immersion*. *Perceived ease of use* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *behavioral intention of use* dan *immersion*. Namun dalam penelitian ini, tidak ditemukan pengaruh signifikan antara *curiosity* dengan *behavioral intention of use*. Dengan memahami hubungan variabel-variabel ini, pengembang aplikasi *fintech* dapat memprediksi penerimaan dan imersi aplikasi *fintech* dengan lebih baik.

Perbandingan penelitian ini dengan penelitian oleh Rehy (2022)[8] adalah hipotesis yang ditolak, hal ini disebabkan oleh jenis teknologi yang dianalisis berbeda yaitu antara LMS dan aplikasi *fintech* meskipun memiliki motivasi yang sama yaitu *Utilitarian Motivation System*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian oleh Latif

(2024)[9] adalah penggunaan model yang tidak dimodifikasi dan perbedaan lingkup aplikasi *fintech* yang dianalisis.

IV. KESIMPULAN

Dari hasil dari penelitian analisis penerimaan aplikasi *fintech* dengan *Hedonic Motivation System Adoption Model (HMSAM)* yang melibatkan 83 responden dengan metode kuantitatif menunjukkan sebanyak 9 dari 10 hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor yang signifikan mempengaruhi *behavioral intention of use* adalah *perceived ease of use, control, joy, dan perceived usefulness*. Sementara itu, faktor yang signifikan mempengaruhi *immersion* adalah *perceived ease of use, Curiosity, joy, dan control*. Disisi lain satu hipotesis ditolak sehingga dapat dinyatakan bahwa *curiosity* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention of use* dalam penerimaan aplikasi *fintech*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Mamonov, "The Role of Information Technology in Fintech Innovation: Insights from the New York City Ecosystem BT - Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology," 2020, pp. 313–324.
- [2] I. Esteban-Millat, F. J. Martínez-López, M. Pujol-Jover, J. C. Gázquez-Abad, and A. Alegret, "An extension of the technology acceptance model for online learning environments," *Interact. Learn. Environ.*, vol. 26, no. 7, pp. 895–910, 2018, doi: 10.1080/10494820.2017.1421560.
- [3] F. R. Haqqi and A. Suzianti, "Exploring Risk and Benefit Factors Affecting User Adoption Intention of Fintech in Indonesia," in *Proceedings of the 3rd Asia Pacific Conference on Research in Industrial and Systems Engineering*, 2020, pp. 13–18. doi: 10.1145/3400934.3400939.
- [4] H. Rafique, A. O. Almagrabi, A. Shamim, F. Anwar, and A. K. Bashir, "Investigating the Acceptance of Mobile Library Applications with an Extended Technology Acceptance Model (TAM)," *Comput. Educ.*, vol. 145, p. 103732, Feb. 2020, doi: 10.1016/J.COMPEDU.2019.103732.
- [5] G. S. Leng, S. Lada, M. Z. Muhammad, A. A. H. A. Ibrahim, and T. Amboala, "An exploration of social networking sites (SNS) adoption in Malaysia using technology acceptance model (TAM), theory of planned behavior (TPB) and intrinsic motivation," *J. Internet Bank. Commer.*, vol. 16, no. 2, Aug. 2011.
- [6] H.-F. Lin, "Examination of cognitive absorption influencing the intention to use a virtual community," *Behav. Inf. Technol.*, vol. 28, no. 5, pp. 421–431, Sep. 2009, doi: 10.1080/01449290701662169.
- [7] P. B. Lowry, J. E. Gaskin, N. W. Twyman, B. Hammer, and T. L. Roberts, "Taking 'fun and games' seriously: Proposing the hedonic-motivation system adoption model (HMSAM)," *J. Assoc. Inf. Syst.*, vol. 14, no. 11, pp. 617–671, 2013, doi: 10.17705/1jais.00347.
- [8] V. A. A. Rehy and J. J. C. Tambotih, "Learning Management System Acceptance Analysis Using Hedonic Motivation System Adoption Model," *J. RESTI (Rekayasa Sist. dan Teknol. Informatika)*, vol. 6, no. 6 SE-Information Systems Engineering Articles, Dec. 2022, doi: 10.29207/resti.v6i6.4233.
- [9] M. Z. Latif and R. G. Utomo, "Analysis of Factors Affecting the Use of Digital Payment Transactions Using the Hedonic-Motivation System Adoption Model," vol. 10, no. 1, pp. 28–40, 2024.
- [10] S. G. Sutton, V. Arnold, P. Collier, and S. A. Leech, "Leveraging the synergies between design science and behavioral science research methods," *Int. J. Account. Inf. Syst.*, vol. 43, p. 100536, Dec. 2021, doi: 10.1016/J.ACCINF.2021.100536.
- [11] C. León-Mantero, J. C. Casas-Rosal, C. Pedrosa-Jesús, and A. Maz-Machado, "Measuring attitude towards mathematics using Likert scale surveys: The weighted average," *PLoS One*, vol. 15, no. 10, p. e0239626, Oct. 2020, [Online]. Available: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0239626>
- [12] W. B. T. S. Putra, "Problems, Common Beliefs and Procedures on the Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Business Research," *South Asian J. Soc. Stud. Econ.*, vol. 14, no. 1, pp. 1–20, 2022, doi: 10.9734/sajsse/2022/v14i130367.
- [13] D. Goodhue, W. Lewis, and R. Thompson, "PLS, Small Sample Size, and Statistical Power in MIS Research," in *Proceedings of the 39th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'06)*, 2006, vol. 8, pp. 202b-202b. doi: 10.1109/HICSS.2006.381.
- [14] F. B. Thomas, "The Role of Purposive Sampling Technique as a Tool for Informal Choices in a Social Sciences in Research Methods," *Just Agric.*, vol. 2, no. 5, pp. 1–8, 2022, [Online]. Available: www.justagriculture.in
- [15] R. Thompson, D. Barclay, and C. A. Higgins, "The partial least squares approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as an illustration," *Technol. Stud. Spec. Issues Res. Methodol.*, vol. 2, pp. 284–324, Jan. 1995.
- [16] G. Zhang *et al.*, "Study on the Influencing Factors of Digital Transformation of Construction Enterprises from the Perspective of Dual Effects—A Hybrid Approach Based on PLS-SEM and fsQCA," *Sustain.*, vol. 15, no. 7, 2023, doi: 10.3390/su15076317.
- [17] H. Oktavia, L. Abdurrahman, and R. Mulyana, "Pembuatan Model Balanced Scorecard TI Menggunakan Pendekatan Structural Equation Model (SEM) Berbasis Varian di PT. Telekomunikasi Indonesia TBK Pada Unit Enterprise Service," *e-Proceeding Eng.*, vol. 8, no. 5, pp. 9347–9354, 2021.
- [18] L. Abdurrahman and R. Mulyana, "Pemodelan Nilai Teknologi Informasi Menggunakan Structural Equation Modeling (Sem)," *JIFI (Jurnal Ilm. Penelit. dan Pembelajaran Inform.)*, vol. 7, no. 2, pp. 469–477, 2022, doi: 10.29100/jifi.v7i2.2825.
- [19] A. Fauzan, M. B. Triyono, R. A. P. Hardiyanta, R. W. Daryono, and S. Arifah, "The Effect of Internship and Work Motivation on Students' Work Readiness in Vocational Education: PLS-SEM Approach," *J. Innov. Educ. Cult. Res.*, vol. 4, no. 1, pp. 26–34, 2023, doi: 10.46843/jiecr.v4i1.413.
- [20] F. A. N. Yunus *et al.*, "Learning transfer exploration model from skill institute to workplace, pls-sem approach," *J. Tech. Educ. Train.*, vol. 13, no. 1, pp. 74–85, 2021, doi: 10.30880/jtet.2021.13.01.008.
- [21] M. Christian, L. Girsang, and H. Yulita, "Measuring Ease of Use Aspects of Shopee Usage Behavior during Pandemic using PLS-SEM Approach," no. December, pp. 192–197, 2022, doi: 10.5220/0010750000003112.
- [22] P. K. Ozili, "The acceptable R-square in empirical modelling for social science research," *Soc. Res. Methodol. Publ. Results A Guid. to Non-Native English Speak.*, no. March, pp. 134–143, 2023, doi: 10.4018/978-1-6684-6859-3.ch009.
- [23] L. Law and N. Fong, "Applying partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in an investigation of undergraduate students' learning transfer of academic English," *J. English Acad. Purp.*, vol. 46, p. 100884, Jul. 2020, doi: 10.1016/J.JEAP.2020.100884.