

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2025 dengan periode pengumpulan data yang dimulai pada bulan Januari sampai dengan Juli. Penelitian ini dilakukan di DKI Jakarta dengan fokus pada mahasiswa yang berdomisili di kota tersebut dan aktif menggunakan layanan *m-banking*. Berdasarkan penelitian oleh Natsir et al. (2023), DKI Jakarta yang merupakan ibukota Indonesia, dipandang sebagai lokasi strategis untuk penelitian terkait penggunaan *m-banking* karena tingkat inklusi keuangan yang tinggi, didukung oleh akses luas terhadap layanan perbankan digital. Selain itu, populasi DKI Jakarta yang sebagian besar aktif secara ekonomi dan melek teknologi tidak asing dengan pemanfaatan layanan keuangan berbasis digital. Infrastruktur digital yang memadai, cakupan internet yang luas, serta gaya hidup masyarakat yang cenderung dinamis dan *mobile* semakin memperkuat alasan pemilihan DKI Jakarta sebagai lokasi penelitian yang relevan dan representatif.

#### **3.2 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel dapat dilakukan secara acak dan pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan eksplanatori yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel serta mengidentifikasi penyebab suatu

peristiwa. Pemilihan metode survei eksplanatori dimaksudkan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel serta menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sari et al., 2023).

Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan Google Forms yang dibagikan melalui berbagai platform media sosial. Peneliti memilih media sosial sebagai saluran distribusi karena platform tersebut memiliki jangkauan yang luas. Melalui cara ini, diharapkan dapat meningkatkan tingkat partisipasi dan respons dari responden yang memenuhi kriteria penelitian.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Populasi dalam penelitian kuantitatif merujuk pada seluruh elemen yang menjadi objek atau subjek penelitian, yang memiliki ciri-ciri dan karakteristik tertentu. Populasi ini bisa terdiri dari individu, objek, atau unit analisis yang relevan dengan tujuan penelitian (Lestari et al., 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi BCA Mobile.

#### **3.3.2 Sampel Penelitian**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk dijadikan objek penelitian. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan representasi yang akurat dari populasi yang diteliti (Lestari et al., 2022).

Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah metode pengambilan sampel

dimana tidak semua individu dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih (Adiningsih et al., 2022). Sementara itu, teknik *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Memon et al., 2024). Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna aktif aplikasi BCA Mobile yang berusia 17 hingga 44 tahun dan berdomisili di DKI Jakarta. Kelompok usia dengan mayoritas generasi milenial dan generasi Z ini dipilih karena mereka merupakan kelompok usia yang paling aktif dan adaptif terhadap teknologi digital. Menurut Edwin dan Irwansyah (2021), generasi milenial di Indonesia secara aktif menggunakan *digital platform* melalui ponsel untuk konsumsi layanan berbasis aplikasi yang mencerminkan kecenderungan mereka dalam mengadopsi teknologi keuangan seperti *m-banking*. Sementara itu, generasi Z menunjukkan ketergantungan yang tinggi terhadap layanan *m-banking* karena kebutuhan akan transaksi digital yang cepat dan efisien (Fahlevi & Yusnaldi, 2022).

Berdasarkan sampel dan teknik sampling tersebut, maka kriteria responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berusia 17 - 44 tahun.
2. Berdomisili di DKI Jakarta.
3. Pengguna aktif aplikasi BCA Mobile.

Jumlah sampel dalam penelitian ini dipilih berdasarkan rekomendasi dari Hair et al., (2022) yang mengemukakan bahwa jumlah sampel penelitian dapat dihitung yaitu minimal 5 hingga 10 kali dari total seluruh indikator dalam

penelitian. Rumus ini dapat digunakan jika jumlah populasi yang akan diteliti tidak diketahui secara pasti, sehingga memberikan pendekatan praktis. Dalam konteks penelitian ini, jumlah indikator pernyataan dari seluruh variabel berjumlah 20, sehingga jumlah sampel minimum yang diperlukan dihitung dengan mengalikan jumlah indikator tersebut dengan skala pengali maksimal sebesar 10, menghasilkan angka minimum sebesar 200 responden ( $10 \times 20 = 200$ ). Penentuan jumlah ini bertujuan untuk memastikan bahwa analisis statistik yang dilakukan dapat menghasilkan temuan yang valid dan andal, serta memiliki kekuatan analisis yang memadai dalam menguji hubungan antar variabel dalam model penelitian. Menurut Memon et al. (2024), teknik *purposive sampling* digunakan dalam pemilihan sampel agar diperoleh sampel yang representatif sesuai kriteria dari populasi pengguna aplikasi BCA Mobile sehingga dapat dianalisis secara akurat.

### 3.4 Pengembangan Instrumen

Terdapat empat variabel yang menjadi fokus pada penelitian ini, yaitu *Financial Literacy* (FL) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap rasa kepercayaan *Trust in Fintech* (TIF) dan alasan mereka melakukan *Fintech Adoption* (FA). Instrumen penelitian ini digunakan untuk mengukur keempat variabel tersebut, dapat diuraikan sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Instrumen Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
FL	1. <i>Financial knowledge</i>	<i>Understanding basic financial concepts such as savings, loans, and investments.</i>	Saya memahami konsep dasar keuangan seperti tabungan, pinjaman, dan investasi.	(Dewi et al., 2020)

	2. <i>Financial awareness</i>	<i>Aware of the current financial situation including the benefits and risks.</i>	Saya menyadari kondisi keuangan saat ini serta manfaat dan risikonya.
	3. <i>Financial skills</i>	<i>Applying practical abilities to control and review finances.</i>	Saya memiliki kemampuan untuk mengelola dan mengevaluasi keuangan pribadi secara mandiri.
	4. <i>Financial decisions</i>	<i>Managing financial use decisions.</i>	Saya mampu membuat keputusan keuangan dengan bijak dan terencana.
	5. <i>Financial goals</i>	<i>Planning financial objectives.</i>	Saya memiliki tujuan keuangan yang jelas.
PEOU	1. <i>Easy to use</i>	<i>Features are easy to use.</i>	Fitur-fitur aplikasi BCA Mobile mudah untuk digunakan. (Perwitasari, 2022)
	2. <i>Controllable</i>	<i>Features are easy to control according to user needs.</i>	Saya merasa dapat mengontrol penggunaan fitur BCA Mobile sesuai kebutuhan saya.
	3. <i>Easy to learn</i>	<i>Features are easy to understand.</i>	Saya dapat dengan cepat memahami cara menggunakan BCA Mobile.
	4. <i>Flexible</i>	<i>Features can be used anywhere and anytime.</i>	Saya dapat menggunakan BCA Mobile kapan saja dan di mana saja.
	5. <i>Easy to become skillful</i>	<i>Features are easy to master.</i>	Saya merasa cepat mahir dalam menggunakan fitur-fitur BCA Mobile.
TIF	1. <i>Structural assurance</i>	<i>Feeling safe, protected, and confident in system security.</i>	Saya percaya terhadap sistem keamanan BCA Mobile. (Pratama, 2021)
	2. <i>Integrity</i>	<i>The application is responsible.</i>	Saya percaya bahwa BCA Mobile bertanggung jawab dalam mengelola transaksi keuangan saya.

	3. <i>Easy to use</i>	<i>The application is easy to use and understand.</i>	Saya percaya bahwa kemudahan penggunaan BCA Mobile mencerminkan kredibilitasnya.
	4. <i>Brand image</i>	<i>The application has a good reputation.</i>	Saya percaya BCA Mobile sebagai aplikasi dengan reputasi yang baik.
	5. <i>Trusted</i>	<i>The application feels trustworthy.</i>	Saya mempercayai BCA Mobile sebagai aplikasi yang dapat diandalkan.
FA	1. <i>Perceived ease of use</i>	<i>The application is easy to use.</i>	Kemudahan penggunaan BCA Mobile membuat saya ingin menggunakannya secara rutin. (Bureshai d et al., 2020)
	2. <i>Perceived usefulness</i>	<i>The application is useful.</i>	Saya merasa BCA Mobile sangat membantu dalam aktivitas keuangan saya.
	3. <i>Innovativeness</i>	<i>The application has innovation.</i>	BCA Mobile memiliki fitur-fitur inovatif yang sesuai dengan kebutuhan saya.
	4. <i>Social influence</i>	<i>The application is recommended.</i>	Saya menggunakan BCA Mobile karena mendapat rekomendasi dari orang-orang di sekitar saya.
	5. <i>Intention to adopt</i>	<i>Decided to adopt for some reasons.</i>	Saya memutuskan untuk menggunakan BCA Mobile karena berbagai alasan.

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

### 3.5 Variabel Penelitian

Pada penelitian ini, terdapat empat variabel utama yang diukur untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap kepercayaan dan adopsi *fintech* aplikasi BCA Mobile. Variabel-variabel tersebut adalah *Financial Literacy*, *Perceived Ease of Use*, *Trust in Fintech*, dan *Fintech Adoption*. Peneliti menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang bertujuan untuk mengukur hubungan antar variabel tersebut.

#### 3.5.1 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau berhubungan dengan variabel dependen. Pada penelitian ini, *Financial Literacy* (FL) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) adalah dua variabel independen yang diuji. Hal ini dilakukan untuk melihat pengaruhnya terhadap *Trust in Fintech* (TIF) dan *Fintech Adoption* (FA) pengguna BCA Mobile.

#### 3.5.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Pada penelitian ini, *Fintech Adoption* (FA) pengguna BCA Mobile berperan sebagai variabel dependen yang diuji. Hal ini dilakukan untuk melihat pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel independen.

#### 3.5.3 Variabel *Intervening* (Mediasi)

Variabel mediasi adalah variabel perantara yang menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Dalam penelitian ini, *Trust in Fintech*

(TIF) pengguna BCA Mobile berperan sebagai mediasi. Hal ini dilakukan untuk melihat pengaruh tidak langsung yang melalui *Trust in Fintech*.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner sebagai instrumen utama. Jawaban dari responden direkam dan dianalisis untuk mendapatkan informasi yang relevan. Data yang digunakan dalam analisis ini berasal dari responden terhadap pernyataan dalam kuesioner, yang kemudian dikonversi ke dalam bentuk skor atau nilai. Penelitian ini mengadaptasi kuesioner dari studi sebelumnya dan mendistribusikannya kepada responden melalui Google Forms. Kuesioner tersebut berisi sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian, yaitu *financial literacy*, *perceived ease of use*, *trust in fintech*, dan *fintech adoption*. Responden diminta untuk menjawab beberapa pernyataan yang berhubungan dengan keputusan masyarakat di DKI Jakarta dalam menggunakan BCA Mobile.

Kuesioner penelitian diukur dengan menggunakan Skala Likert dengan rentang bobot satu (1) yang dianggap "sangat tidak setuju" sampai dengan lima (5) yang dianggap "sangat setuju". Peneliti memilih untuk menggunakan Skala Likert lima poin karena menunjukkan hasil yang lebih seimbang antara kemudahan responden dalam menjawab dan kualitas data yang diperoleh, dibandingkan Skala Likert enam poin yang menyebabkan kebingungan karena jumlahnya lebih banyak dan tidak memiliki pilihan netral (Malik et al., 2021).

Tabel 3.2 Skala Likert

Kategori	Skala
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

### 3.7 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, langkah berikutnya adalah melakukan analisis data untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik analisis data yang digunakan adalah *path analysis* (analisis jalur) dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) merupakan pendekatan analisis berbasis varians yang cocok untuk eksplorasi teori dan model yang kompleks (Nugraha et al., 2023).

Metode ini dipilih karena sesuai untuk penelitian dengan model mediasi seperti yang digunakan dalam penelitian ini. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4 yang memungkinkan peneliti untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk serta mengukur pengaruh langsung maupun tidak langsung antara *Financial Literacy*, *Perceived Ease of Use* terhadap *Fintech Adoption* yang dimediasi oleh *Trust in Fintech*. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik

responden dan uji hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah faktor-faktor tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap adopsi aplikasi BCA Mobile.

### **3.7.1 Uji *Common Method Bias* (CMB)**

CMB adalah bias yang terjadi ketika semua data dikumpulkan dari responden yang sama, pada waktu yang sama, menggunakan kuesioner yang seragam. Uji CMB berbasis PLS-SEM dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), dimana nilai  $VIF \leq 3.3$  menunjukkan tidak adanya masalah CMB (Hair et al., 2022). Pemeriksaan ini penting agar hasil analisis tidak bias akibat metode pengumpulan data yang seragam.

### **3.7.2 *Outer Model* (Model Pengukuran)**

*Outer model* berfokus pada hubungan antara variabel laten dan indikator. Pengujian pada *outer model* bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel laten memiliki validitas dan reliabilitas yang baik. Ada tiga jenis pengujian utama dalam *outer model* yaitu uji validitas, uji reliabilitas, dan uji model fit.

#### **3.7.2.1 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas menguji apakah instrumen memiliki akurasi dalam mengukur variabel yang diteliti. Ada dua jenis pengujian validitas dalam penelitian yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*.

a. *Convergent Validity*

*Convergent validity* adalah pengujian yang mengukur sejauh mana pengukuran satu indikator berhubungan dengan pengukuran lainnya yang berasal dari konstruk yang sama. Menurut Hair et al. (2022), untuk memenuhi kriteria validitas konvergen, setiap indikator harus memiliki *outer loading* yang tinggi dan signifikan dengan nilai  $\geq 0,70$ . Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus  $\geq 0,50$  sehingga dapat menunjukkan bahwa varians yang diekstraksi dari konstruk lebih besar daripada varians kesalahan pengukuran.

b. *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* adalah uji yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu konstruk dapat dibedakan secara jelas dari konstruk lain berdasarkan kriteria empiris yang ada. Untuk menilai validitas diskriminan pada indikator, pendekatan yang umum digunakan melibatkan analisis *cross loading*, HTMT, dan *Fornell-Larcker Criterion*. Secara umum, semua nilai *loading* indikator terhadap konstruk asalnya harus lebih tinggi daripada nilai *loading* terhadap konstruk lainnya. Nilai pada tabel *cross loading* untuk setiap variabel harus  $> 0,70$ . Selain itu, untuk *Fornell-Larcker Criterion*, dapat melihat dari nilai akar kuadrat AVE yang harus lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan yang lainnya. Selanjutnya, direkomendasikan nilai HTMT  $< 0,90$  untuk dapat menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki perbedaan konsep yang memadai satu sama lain (Hair et al., 2022).

### 3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen penelitian dapat menghasilkan hasil yang konsisten ketika digunakan dalam kondisi yang sama. Uji ini bertujuan untuk mengukur tingkat keandalan data yang diperoleh sehingga dapat dipercaya sebagai dasar dalam pengambilan kesimpulan. Suatu instrumen dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila hasil pengukurannya tetap stabil meskipun diuji dalam berbagai kesempatan. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas yang digunakan, yaitu:

a. *Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )*

*Cronbach's alpha* digunakan sebagai ukuran untuk menilai konsistensi internal suatu instrumen, yang memberikan gambaran mengenai reliabilitas dengan mempertimbangkan sejauh mana hubungan antara indikator-indikator yang diamati. Nilai *cronbach's alpha* dianggap memenuhi syarat dan dapat diterima dalam penelitian jika nilai tersebut  $\geq 0,70$  (Hair et al., 2022).

b. *Composite Reliability*

*Composite reliability* sering dianggap lebih tepat digunakan dibandingkan Cronbach's Alpha dalam praktiknya. Nilai *composite reliability*  $> 0.70$  dapat dikatakan reliabel dan nilai  $> 0.90$  dapat dikatakan sangat reliabel dan masih dapat diterima (Hair et al., 2022). Jika nilai *composite reliability* memenuhi nilai tersebut, maka instrumen tersebut dapat dianggap reliabel dan dapat diterima dalam penelitian.

### 3.7.2.3 Uji Model Fit

Kecocokan model sangat penting untuk mengevaluasi seberapa baik model yang dihasilkan sesuai dengan data. Kecocokan model dapat dievaluasi menggunakan *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) yang diharapkan memiliki nilai  $< 0,08$ , serta nilai *Normal Fit Index* (NFI)  $> 0,90$ , menunjukkan bahwa model cocok dan sesuai dengan data yang ada. Uji ini digunakan sebagai tambahan informasi dalam PLS-SEM (Hair et al., 2022).

### 3.7.3 Inner Model (Model Struktural)

#### 3.7.3.1 R-Square Test ( $R^2$ )

*R-square test* dalam PLS-SEM mengukur seberapa baik variabel independen laten dalam model dapat menjelaskan variabilitas variabel dependen laten. Menurut Hair et al. (2022), nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1, semakin tinggi nilainya maka akan semakin baik tingkat penjelasannya. Kriteria interpretasi  $R^2$ , yaitu nilai  $\geq 0,25$  dianggap lemah (*weak*), nilai  $\geq 0,50$  dianggap sedang (*moderate*), dan nilai  $\geq 0,75$  dianggap kuat (*strong*).

#### 3.7.3.2 Predictive Relevance Test ( $Q^2$ )

*Predictive relevance test* digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen dapat memprediksi variabel dependen yang mencerminkan relevansi prediktif dari model. Jika nilai  $Q^2 > 0$ , maka model dianggap memiliki relevansi prediktif. Sebaliknya, jika nilai  $Q^2 < 0$ , maka model dianggap tidak memiliki relevansi prediktif, dengan interpretasi umum nilai  $\geq 0,02$  dianggap lemah (*weak*), nilai  $\geq 0,15$  dianggap sedang (*moderate*), dan nilai  $\geq 0,35$  dianggap kuat (*strong*).

Nilai  $Q^2$  merupakan indikator penting untuk mengevaluasi kualitas prediksi model secara menyeluruh terhadap variabel-variabel yang diteliti (Hair et al., 2022).

### 3.7.3.3 Effect Size ( $F^2$ )

*Effect size* digunakan untuk mengevaluasi dampak spesifik variabel independen terhadap prediksi variabel dependen. Pengukuran ini dilakukan dengan melihat perubahan nilai  $R^2$  setelah variabel independen tertentu dimasukkan atau dihilangkan dari model. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi variabel independen mana yang memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel dependen dalam model. Nilai  $F^2$  dapat diinterpretasikan dengan nilai  $\geq 0,02$  menunjukkan adanya pengaruh kecil, nilai  $\geq 0,15$  menunjukkan pengaruh sedang, dan nilai  $\geq 0,35$  menunjukkan adanya pengaruh besar (Hair et al., 2022).

### 3.7.3.4 Uji Hipotesis (*Path Coefficient*)

Uji hipotesis dalam PLS-SEM dilakukan untuk menentukan signifikansi hubungan antar variabel laten dalam model secara statistik melalui teknik *bootstrapping* untuk menghitung nilai koefisien jalur (*path coefficient*). Koefisien jalur yang mendekati satu menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat dan signifikan secara statistik. Sebaliknya, hubungan semakin lemah apabila koefisien jalur mendekati nilai nol. Peneliti melakukan uji hipotesis *direct effect* dan *indirect effect*.

Hipotesis diterima atau signifikan apabila nilai *T-Statistics*  $\geq 1,96$  (signifikansi = 5%) dan *P-Values*  $\leq 0,05$ . Apabila nilai *T-Statistics* dan *P-Values* tidak memenuhi kriteria tersebut, maka hipotesis ditolak atau tidak signifikan. Hair

et al. (2022) merekomendasikan nilai 1,96 (signifikansi = 5%) untuk digunakan sebagai ambang batas dalam menolak atau menerima hipotesis pada penelitian berbasis SEM-PLS. Selain itu, untuk melihat pengaruh variabel mediasi perlu dilakukan perbandingan antara koefisien *direct effect* dan *indirect effect*. Jika *direct effect* signifikan dan *indirect effect* signifikan artinya mengalami *partial mediation* (mediasi sebagian), sedangkan jika *direct effect* tidak signifikan dan *indirect effect* signifikan artinya mengalami *full mediation* (mediasi penuh). Pada konteks pengujian ini, peneliti menyusun dua bentuk hipotesis, yaitu  $H_0$  dan  $H_a$ .

- a. (H1) menguji pengaruh *financial literacy* terhadap *trust in fintech*.  $H_0$  menyatakan bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *trust in fintech*, sedangkan  $H_a$  menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap *trust in fintech*.
- b. (H2) menguji pengaruh *financial literacy* terhadap *fintech adoption*.  $H_0$  menyatakan bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *fintech adoption*, sedangkan  $H_a$  menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap *fintech adoption*.
- c. (H3) menguji pengaruh *perceived ease of use* terhadap *trust in fintech*.  $H_0$  menyatakan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *trust in fintech*, sedangkan  $H_a$  menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *trust in fintech*.
- d. (H4) menguji pengaruh *perceived ease of use* terhadap *fintech adoption*.  $H_0$  menyatakan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan

terhadap *fintech adoption*, sedangkan  $H_a$  menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *fintech adoption*.

- e. (H5) menguji pengaruh *trust in fintech* terhadap *fintech adoption*.  $H_o$  menyatakan bahwa *trust in fintech* tidak berpengaruh signifikan terhadap *fintech adoption*, sedangkan  $H_a$  menyatakan bahwa *trust in fintech* berpengaruh signifikan terhadap *fintech adoption*.
- f. (H6) menguji pengaruh tidak langsung *financial literacy* terhadap *fintech adoption* melalui *trust in fintech*.  $H_o$  menyatakan bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap *fintech adoption* melalui *trust in fintech*, sedangkan  $H_a$  menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap *fintech adoption* melalui *trust in fintech*.
- g. (H7) menguji pengaruh tidak langsung *perceived ease of use* terhadap *fintech adoption* melalui *trust in fintech*.  $H_o$  menyatakan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap *fintech adoption* melalui *trust in fintech*, sedangkan  $H_a$  menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap *fintech adoption* melalui *trust in fintech*.