

**PREDIKSI PENERIMAAN LAYANAN *INSURANCE TECHNOLOGY*  
(*INSURTECH*) DENGAN MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE*  
*MODEL (TAM)***

**Gusi Putu Lestara Permana<sup>(1)</sup>**

**Satria Yogananda<sup>(2)</sup>**

**I Gusti Ngurah Darma Paramartha<sup>(3)</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Pendidikan Nasional, Surel: [lestarapermana@undiknas.ac.id](mailto:lestarapermana@undiknas.ac.id)

**Abstract:** *This study aims to determine the effect of perceived convenience, perceived usefulness, perceived risk, and partial relative advantage on acceptance of Insurance Technology (Insurtech) services. The sample in this study were 80 people. From the research results, it was found that perceived ease of use had a significant positive effect on acceptance of Insurance Technology (Insurtech) services, perceived usefulness had a significant positive effect on acceptance of Insurance Technology (Insurtech) services, perceived risk had a significant negative effect on acceptance of Insurance Technology (Insurtech) services, and relative advantage significant positive effect on acceptance of Insurance Technology (Insurtech) services. Suggestions that can be given as material for further research are hoped to be able to add other variables that can affect acceptance of Insurance Technology (Insurtech) services such as the influence of external variables on previous experience, subjective norms and so on. Due to the nature of this research, the influence of independent variables with the dependent variable is only 43.2%.*

**Keyword:** *Perceived Ease of Use; Perceived Usefulness; Perceived Risk; Relative advantage; Service; Insurtech*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi dalam masa digitalisasi berperan penting dalam memperoleh informasi dalam bidang ekonomi, kesehatan, pendidikan, perindustrian, dan sebagainya. Hidup masyarakat menjadi lebih mudah karena segala aktifitas yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi menjadi lebih praktis dan efisien. Hingga saat ini, teknologi terus berkembang dengan pesat serta hampir menyebar secara merata di masyarakat perkotaan maupun pedesaan. Internet menjadi salah satu teknologi yang banyak diminati oleh masyarakat (Rahma, 2018). Perkembangan di dunia internet yang begitu pesat telah dimanfaatkan berbagai kalangan masyarakat untuk menciptakan berbagai inovasi baru dari teknologi dan sistem informasi yang sekiranya dapat memfasilitasi segala kegiatan masyarakat di masa kini. Salah satu inovasi nyata yang telah dikembangkan yaitu berupa *Financial Technology (fintech)*.

*Financial technology* bukanlah salah satu bagian dari Lembaga keuangan semacam perbankan. Meskipun demikian Bank Indonesia tetap mengatur *insurance technology* untuk memberikan perlindungan dan rasa aman kepada masyarakat. Di Indonesia, hadirnya *financial technology* telah banyak membantu menyelesaikan berbagai masalah yang dimiliki oleh masyarakat dengan berbagai jenis *financial technology* yang telah berkembang saat ini. Salah satu bentuknya adalah *Insurance Technology*. Hadirnya *Insurance Technology* ini menjadi langkah baru dari sektor asuransi untuk bertransformasi ke arah digitalisasi. Inovasi baru ini dapat dilihat dari banyaknya produk *Insurance Technology* yang mudah ditemukan di *E-commerce* yang menjalin kerjasama dengan pihak *insurance technology*. Tujuan diadakannya produk ini dengan harapan agar asuransi lebih mudah dijangkau oleh masyarakat karena selama ini angka kepemilikan asuransi individu masih jauh lebih rendah dibandingkan dengan asuransi industri.

Menurut teori TAM (*Technology Acceptance Model*) untuk menimbang minat seseorang dalam menerima sebuah sistem teknologi informasi dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan dan variabel persepsi kegunaan. Selain itu juga terdapat variabel eksternal persepsi risiko dan variabel keuntungan relatif yang dapat meningkatkan keakuratan pengujian TAM terhadap penerimaan layanan *Insurance Technology* (*Insurtech*).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur perilaku pengguna layanan *insurance technology* yang di lihat dari dimensi persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi resiko, dan keuntungan relatif. Penelitian ini dilakukan untuk memberi gambaran mengenai layanan *insurance technology* dari sisi pengguna sehingga bisa diketahui bagaimana layanan *insurance technology* memberikan manfaat kepada pengguna atau *user*nya, hal ini penting karena *insurance technology* merupakan salah satu inovasi pada industri asuransi yang mana memiliki *insurance technology* memiliki proses yang lebih sederhana dan terjadi perubahan pada akses, penilaian resiko, pemrosesan klaim, dan interaksi dengan pelanggan

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penerimaan Layanan *Insurance Technology***

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) diartikan dengan seberapa jauh individu memiliki kepercayaan bahwa memakai suatu sistem teknologi akan bebas dari usaha. Menurut (Amijaya, 2010) persepsi kemudahan akan berpengaruh pada perilaku, yaitu semakin besar persepsi individu terhadap kemudahan memakai suatu sistem teknologi maka

semakin besar pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. (Kusuma dan Susilowati, 2007) menyatakan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Suatu sistem yang sering digunakan menentukan bahwa sistem tersebut lebih dikenal dan juga lebih mudah dioperasikan, dan lebih mudah dipakai oleh penggunanya. Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa persepsi kemudahan memberikan pengaruh positif terhadap penerimaan layanan *insurance technology*, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Dedi Kusnadi (2014), Jiang et al., (2019), dan Nindya D (2021). Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H1: Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh positif terhadap penerimaan layanan *Insurance Technology* di Denpasar.

### **Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Penerimaan Layanan *Insurance Technology***

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dikatakan sebagai suatu keadaan saat seseorang percaya bahwa dengan penggunaan suatu teknologi tertentu akan memberikan peningkatan pada kinerjanya. Wibowo (2008:10-20) menyatakan bahwa persepsi kegunaan adalah sebuah persepsi terhadap kemanfaatan yang didefinisikan sebagai suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa persepsi kegunaan memberikan pengaruh positif terhadap penerimaan layanan *Insurance Technology*, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Dedi Kusnadi (2014), Jiang et al., (2019), dan Nindya D (2021). Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H2: Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif terhadap penerimaan layanan *Insurance Technology* di Denpasar.

### **Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Penerimaan Layanan *Insurance Technology***

Risiko diartikan sebagai suatu situasi ketidakpastian yang dipertimbangkan oleh individu untuk memutuskan jawaban antara iya atau tidak untuk melakukan transaksi secara online. Risiko diartikan sebagai perkiraan subjektif individu untuk mengalami kerugian dalam menerima hasil yang diinginkan (Pavlou, 2001). Dalam melakukan transaksi online, individu cenderung untuk mempertimbangkan risiko Ketika muncul ketidakpercayaan atas

hasil yang mungkin terjadi dari transaksi yang dilakukan. penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jiang et al., (2019), menunjukkan bahwa risiko berpengaruh negatif terhadap penerimaan layanan *Insurance Technology*. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H3: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penerimaan layanan *Insurance Technology* di Denpasar.

### **Pengaruh Keuntungan Relatif Terhadap Penerimaan Layanan *Insurance Technology***

Keuntungan relatif merupakan derajat dimana suatu inovasi dianggap lebih unggul dan baik dari yang pernah ada sebelumnya. Hal ini dapat dinilai dari beberapa segi, seperti segi ekonomi, prestise sosial, kenyamanan, kepuasan dan lain-lain. Semakin besar keuntungan relatif dirasakan oleh pengadopsi, semakin cepat inovasi tersebut dapat diadopsi (Rogers, 2003: 15). Keuntungan relatif memberikan petunjuk tentang sejauh mana sebuah inovasi teknologi lebih baik dari inovasi sebelumnya. Manfaat ini dapat dilihat dari sudut pandang teknis, ekonomis, prestise, kenyamanan dan kepuasan. Ketika seseorang merasa bahwa suatu inovasi teknologi memberikan sebuah keuntungan relatif yang tinggi maka orang tersebut akan memanfaatkan teknologi tersebut. Hsu (2007) mengemukakan bahwa keuntungan relatif berpengaruh terhadap peningkatan minat pengguna untuk memakaili inovasi *mobile internet* di Taiwan. Penelitian dilakukan oleh Nathania (2013) juga menyatakan bahwa terjadi hubungan yang signifikan antara keuntungan relatif dengan minat menggunakan website akan mengalami peningkatan. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H4: Keuntungan Relatif (*relative advantage*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *insurance technology* di Denpasar

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2018) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif klasik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

## **Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna layanan *Insurance Technology (Insurtech)* di Denpasar. Untuk jumlah populasi yang menggunakan layanan *insurance technology* tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel menggunakan pertimbangan tertentu berdasarkan karakteristiknya.

## **Data dan Sumber Data**

Data dan Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018). Sumber data primer dalam penelitian ini merupakan hasil dari penyebaran kuisioner berupa identitas responden mengenai dan tanggapan responden yang dijawab langsung oleh responden mengenai persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi risiko, dan keuntungan relatif terhadap penerimaan layanan *Insurance technology (Insurtech)* menggunakan metode *Technology Acceptance Model (TAM)*.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Suardi, 2017).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Normalitas**

Uji normalitas dapat menggunakan Uji jolmongorov-smirnov. uji kolmogorov-smirnov banyak digunakan karena dinilai sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi. Hasil uji normalitas data disajikan pada Tabel 4.5 berikut.

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07257817
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.045
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.189 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil uji normalitas pada Tabel 4.5 yang didapatkan dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi asymp. Sig sebesar 0,189. Nilai ini lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk penelitian yang menggunakan metode regresi linear berganda. Yaitu terdapat lebih dari satu variabel independen yang akan diteliti. Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara sejumlah variabel independen tersebut. Hasil uji multikolinearitas disajikan pada tabel berikut ini.

Variabel Bebas	Tolerance	VIF
Persepsi Kemudahan	0,767	1.304
Persepsi Kegunaan	0,986	1.015
Persepsi Risiko	0,992	1.009
Keuntungan Relatif	0,767	1.304

Sumber: Data diolah (Lampiran 6,2022)

Hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai tolerance dari masing-masing variabel  $> 0,10$  dan nilai  $VIF \leq 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

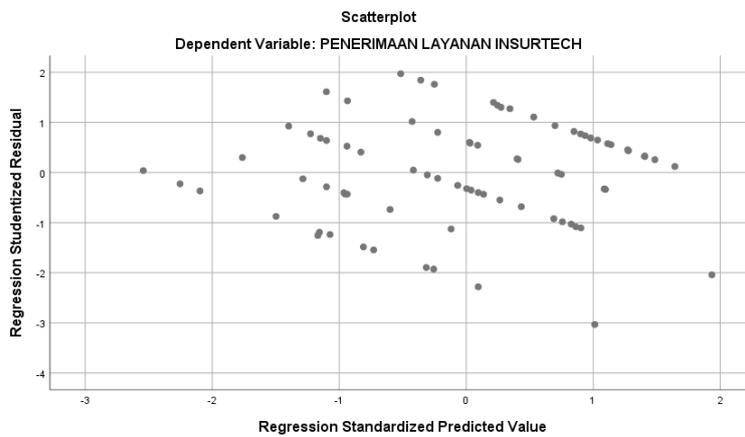
### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk ada atau tidak kesamaan varian terhadap residual model regresi pada satu pengamatan ke pengamatan yang dilakukan orang lain. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glejser dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya, jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ansori, 2015). Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 4.7 di bawah ini.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.298	1.095		1.186	.240
	PERSEPSI KEMUDAHAN	.000	.051	.001	.008	.994
	PERSEPSI KEGUNAAN	-.049	.052	-.109	-.944	.348
	PERSEPSI RISIKO	-.002	.029	-.007	-.062	.950
	KEUNTUNGAN RELATIF	.018	.051	.046	.352	.726

a. Dependent Variable: RES2

Dari hasil pengujian pada Tabel 4.7 tersebut, dapat dilihat bahwa masing-masing variabel bebas memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot dapat dilihat pada Gambar 4.1 berikut.



Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis bentuk hubungan antara sebuah variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen (Pietersz, 2022).

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.031	1.830		-.017	.986
	PERSEPSI KEMUDAHAN	.293	.086	.339	3.415	.001
	PERSEPSI KEGUNAAN	.174	.087	.175	1.997	.049
	PERSEPSI RISIKO	-.099	.048	-.178	-2.039	.045
	KEUNTUNGAN RELATIF	.323	.086	.374	3.760	.000

a. Dependent Variable: PENERIMAAN LAYANAN INSURTECH

Berdasarkan nilai B pada Tabel 4.8, maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menjadi:

$$Y = -0,031 + 0,293X_1 + 0,174X_2 - 0,099X_3 + 0,323X_4$$

### Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tujuan dari uji koefisien determinasi adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah:

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 <sup>a</sup>	.432	.401	1.10081

a. Predictors: (Constant), KEUNTUNGAN RELATIF, PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN

b. Dependent Variable: PENERIMAAN LAYANAN INSURTECH

Berdasarkan Tabel 4.9, menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,432 yang termasuk dalam klasifikasi korelasi yang kuat. Hal ini berarti kontribusi persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi risiko dan keuntungan relatif terhadap penerimaan layanan insurance technology (insurtech) sebesar 43,2%. Sedangkan sebesar 56,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Nilai-t (parsial)

Uji nilai-t digunakan untuk melakukan pengujian tingkat signifikan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen secara parsial. Kriteria pengujian ini ditetapkan oleh probabilitas. Hasil uji nilai-t dilihat pada tabel berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.031	1.830		-.017	.986
	PERSEPSI KEMUDAHAN	.293	.086	.339	3.415	.001
	PERSEPSI KEGUNAAN	.174	.087	.175	1.997	.049
	PERSEPSI RISIKO	-.099	.048	-.178	-2.039	.045
	KEUNTUNGAN RELATIF	.323	.086	.374	3.760	.000

a. Dependent Variable: PENERIMAAN LAYANAN INSURTECH

Hasil uji nilai-t Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Risiko, dan Keuntungan Relatif terhadap prediksi penerimaan layanan Insurance Technology (Insurtech) pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa:

- 1) Pengaruh persepsi kemudahan terhadap penerimaan layanan Insurtech menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $3,415 > 1,990$  serta nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  maka disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan layanan Insurtech sehingga hipotesis pertama (H1) diterima.
- 2) Pengaruh persepsi kegunaan terhadap penerimaan layanan Insurtech menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $1,997 > 1,990$  serta nilai signifikan sebesar  $0,049 < 0,05$  maka disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan layanan Insurtech sehingga hipotesis pertama (H2) diterima.
- 3) Pengaruh persepsi risiko terhadap penerimaan layanan Insurtech menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $-2,039 < 1,990$  serta nilai signifikan sebesar  $0,045 < 0,05$  maka disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penerimaan layanan Insurtech sehingga hipotesis pertama (H3) diterima.
- 4) Pengaruh keuntungan relatif terhadap penerimaan layanan Insurtech menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $3,760 > 1,990$  serta nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan layanan Insurtech sehingga hipotesis pertama (H4) diterima.

## Pembahasan

Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan layanan Insurance Technology (Insurtech). Hal ini berarti bahwa jika persepsi kemudahan bernilai positif maka semakin tinggi penerimaan layanan Insurance Technology (Insurtech). Dengan kemudahan penggunaan layanan insurtech maka masyarakat akan lebih memilih menggunakan layanan tersebut yang berdampak pada perubahan transaksi asuransi dari tradisional ke digital.

Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan layanan Insurance Technology (insurtech). Hal ini berarti bahwa jika persepsi kegunaan bernilai positif maka semakin tinggi penerimaan layanan Insurance Technology (Insurtech). Dengan

menggunakan layanan Insurtech dapat mempermudah proses transaksi asuransi dan menjadi alternatif selain melakukan transaksi asuransi secara tradisional.

Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penerimaan layanan Insurance Technology (Insurtech). Hal ini berarti bahwa jika persepsi risiko bernilai negatif maka semakin tinggi penerimaan layanan Insurance Technology (Insurtech).

Keuntungan relatif (*Relative Advantage*) dapat diperoleh dengan membandingkan inovasi apa yang dimiliki suatu teknologi dengan ekspektasi pengguna atau dengan teknologi lain yang mampu memberikan manfaat yang sama, sehingga keuntungan relatif (*Relative Advantage*) menjadi faktor penting untuk menentukan apakah suatu teknologi dapat dipakai oleh pengguna. Hal ini berarti jika keuntungan relatif bernilai positif maka semakin tinggi penerimaan layanan Insurance Technology (insurtech).

## **SIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka diperoleh kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan layanan *Insurance Technology (Insurtech)*. Hal ini berarti bahwa jika persepsi kemudahan bernilai positif maka semakin tinggi penerimaan layanan *Insurance Technology (Insurtech)*.
2. Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan layanan *Insurance Technology (Insurtech)*. Hal ini berarti bahwa jika persepsi kegunaan bernilai positif maka semakin tinggi penerimaan layanan *Insurance Technology (Insurtech)*.
3. Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penerimaan layanan *Insurance Technology (Insurtech)*. Hal ini berarti bahwa jika persepsi risiko bernilai negatif maka semakin tinggi penerimaan layanan *Insurance Technology (Insurtech)*.
4. Keuntungan relatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan layanan *Insurance Technology (Insurtech)*. Hal ini berarti jika keuntungan relatif bernilai positif maka semakin tinggi penerimaan layanan *Insurance Technology (insurtech)*.

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang dapat diberikan sebagai bahan bagi penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menambahkan variable lain yang dapat mempengaruhi penerimaan layanan *Insurance Technology (Insurtech)* seperti pengaruh variable eksternal pengalaman sebelumnya, norma subjektif dan lain sebagainya karena alam penelitian ini pengaruh variabel independen dengan variabel dependen hanya sebesar 43,2%.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adams, D. A., Nelson, R. R., & Todd, P. A. (1992). Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: A replication. *MIS quarterly*, 227-247.
- Amaro, S., & Duarte, P. (2015). An integrative model of consumers' intentions to purchase travel online. *Tourism Management*, 46, 64–79.
- Amijaya, G. R., & Rahardjo, S. T. (2010). *PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, KEMUDAHAN, RESIKO DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT ULANG NASABAH BANK DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING (Studi Pada Nasabah Bank BCA)* (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Arner DW, J Barberis J, Buckley RP. 2015. FinTech, RegTech, and the Reconceptualization of Financial Regulation. *Geo. J. Int'l L.* 47.
- Arofa, R.I. (2016). Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko ISSN: 2355-9357 e-Proceeding of Management: Vol.7, No.2 Desember 2020 | Page 6409 Terhadap Perilaku Belanja Online Mahasiswi UIN Sunan Ampel pada Produk Mode Muslim di Instagram. Surabaya: UIN Sunan Ampel
- Basuki, F. H., & Husein, H. (2018). Analisis SWOT Financial Technology pada Dunia Perbankan di kota Ambon. *Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Bertea, P. E. (2011). Perceived Risk and Online Shopping Behaviour - A Marketing Perspective. *SSRN Electronic Journal*.
- Cham, T. H., Lim, Y. M., Cheng, B. L., & Lee, T. H. (2016). An Empirical Study on the Determinants of Knowledge Management Systems Success - Evidence from the Banking Industry of Malaysia. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 46(1), 2–20.
- Davis, F.D. (1989), "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology",
- Ghasemi, M., Javidi Zargari, M., & Mir Ebrahim Esfahani, S. A. (2016). Examine the impact of attitudes and social factors on customer's willingness to buy electronic insurance

(Case Study: Insurance companies in Khorasan Razavi province). *International Journal of Advanced Studies in Humanities and Social Science*, 5(4), 330-335.

- Hsu, C. L., Lu, H. P., & Hsu, H. H. (2007). Adoption of the mobile Internet: An empirical study of multimedia message service (MMS). *Omega*, 35(6), 715–726.
- Ikhlas, A. (2020). PENGARUH PENERAPAN PENDEKATAN SAINTIFIK TERHADAP HASIL BELAJAR MATEMATIKA SISWA KELAS VIII SMP PADA MATERI TEOREMA PHYGORAS. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1395- 1406.
- Jiang, S. J., Liu, X., Liu, N., & Xiang, F. (2019). Online life insurance purchasing intention: Applying the unified theory of acceptance and use of technology. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 47(7), 1-13.
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Kurniawan, Y. D. (2022). TANTANGAN DAN PENGARUH PEMBELAJARAN JARAK JAUH DI MASA PANDEMI. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS*, 137-146
- Kusnadi, D. (2014). Persepsi terhadap sikap dan minat pengguna layanan internet pada perusahaan jasa asuransi. *Jurnal organisasi dan manajemen*, 10(2), 97-112.
- Kusuma, H., & Susilowati, D. (2007). Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 11(2).
- Rahma, T. I. F. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 184-203.
- Rosse, Shinta. 2017. “Apa Itu Fintech dan Jenis-Jenis Startup Fintech” <https://www.duniafintech.com/pengertian-dan-jenis-startup-fintech-di-indonesia/> (diakses pada 18 oktober 2022, 19:34).
- Martono, S. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN FINTECH LENDING. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 10(3), 246-262.
- Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139-152.
- Muntianah, S. T., Astuti, E. S., & Azizah, D. F. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) (studi kasus pada kegiatan belajar mahasiswa fakultas ilmu administrasi universitas brawijaya malang). *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1).
- M Rogers, Everett (1983). *Difussion of Innovations*, London: Coller Macmillan Publisher.

- Nindya, D. R. (2021). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN INDIVIDU DALAM MEMBELI PRODUK ASURANSI SECARA ONLINE. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 9(6), 65-82.
- Pavlou, P. (2001). Integrating trust in electronic commerce with the technology acceptance model: model development and validation. *Amcis 2001 proceedings*, 159.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (2012). Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap perilaku penggunaan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Sugesko, S., Hidayat, R., Widjajanta, B., & Hurriyati, R. (2022, July). Analysis of Online Insurance Purchase Decisions for Gen X and Millennial Consumers in Indonesia. In *6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)* (pp. 304-311). Atlantis Press.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sulistorini, F., Wuryanto, E., & Purbandini, P. ANALISIS FAKTOR PENGGUNAAN E-MONEY MENGGUNAKAN INTEGRASI MODEL TAM-TPB DENGAN PERCEIVED RISK DAN PERCEIVED BENEFIT.
- Suriasumantri. Jujun S. 2001. *Filsafat Ilmu: Sebuah Pengantar Populer*, Jakarta: Pustaka sinar Harapan.