

MINAT MENGGUNAKAN FINTECH DENGAN KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN

INTEREST IN USING FINTECH WITH TRUST AND PERCEPTION OF EASY

Syaefullah¹, Wawan Setiawan², Siska Maryatih³

¹⁾²⁾³⁾Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang

Jl. Perintis Kemerdekaan I No.33, RT.007/RW.003, Babakan, Cikokol, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15118

Email: wawan@umt.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
05-01-2023	09-01-2023	09-01-2023

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Fintech Akulaku pada masyarakat kecamatan kresek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif populasi dan penelitian ini adalah masyarakat kecamatan kresek yang menggunakan aplikasi akulaku yang jumlahnya tidak di ketahui dengan pasti. rumus yang di gunakan dalam menentukan jumlah responden menggunakan rumus lemeslow dan sebanyak 96 responden. untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan persepsi kemudahan minat menggunakan fintech Akulaku secara parsial maupun simultan. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 25 menunjukkan bahwa terdapat nilai parsial yang positif dan signifikan dari kepercayaan terhadap minat menggunakan dengan t hitung (4,179,>1,661) dengan signifikansi (0,000 < 0,05) dan persepsi kemudahan memiliki nilai yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dengan t hitung (6,221 > 1.661) dengan nilai signifikansi (0,000<0,05). Hasil dari t parsial kepercayaan dan Persepsi kemudahan menunjukan berpengaruh positif. Hasil secara simultan menunjukan bahwa kepercayaan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dengan hasil uji F sebesar 198,294. Hasil analisis ini menunjukan bahwa kepercayaan dan persepsi kemudahan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan fintech akulaku. Dengan nilai persamaan regresi berganda yang di peroleh dengan nilai $Y = 1,532 + 0,376 X1 + 0,574 X2$. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 80,6%

Kata kunci: Minat Menggunakan, Kepercayaan, Persepsi Kemudahan

Abstract

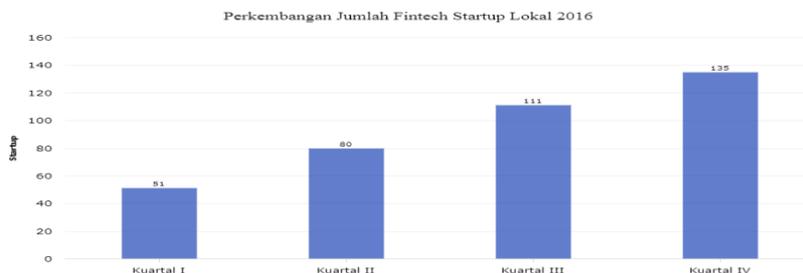
The purpose of this study was to determine the effect of trust and perceived ease of use on the interest in using Akulaku Fintech in the Kresek sub-district community. This research uses a quantitative population approach and this research is the people of the Kresek sub-district who use the akulaku application whose number is not known with certainty. the formula used in determining the number of respondents using the lemeslow formula and as many as 96 respondents. to determine the effect of trust and perceived ease of interest in using Akulaku fintech partially or simultaneously. Results. The data analysis technique using SPSS version 25 shows that there is a positive and significant partial value of trust in the intention to use with t count (4.179, > 1.661) with significance (0.000 < 0.05) and the perceived ease of use has a positive and significant value on interest using t count (6.221 > 1.661) with a significance value (0.000 < 0.05). The results of the partial t trust and perceived ease of showing a positive effect. The simultaneous results show that trust and perceived ease of use have a positive and significant effect on interest in using the F test result of 198.294. The results of this analysis show that trust and perceived ease of use have a positive and significant effect on the intention to use Akulaku fintech. With the value of the multiple regression equation obtained with a value of $Y = 1.532 + 0.376 X1 + 0.574 X2$. With a coefficient of determination of 80.6%

Keywords: Interest in Using, Trust, Perceived Convenience

PENDAHULUAN

Pada era saat ini manusia dapat melakukan transaksi dengan memanfaatkan *Fintech*. *Financial Technology (Fintech)* merupakan inovasi baru jasa keuangan yang mengubah sistem bisnis dari konvensional sekarang menjadi moderen, pada awalnya sistem pembayaran dan pinjaman menggunakan uang tunai, saat ini dapat dilakukan dengan hanya menggunakan gadget atau smartphone dengan jarak jauh dan dapat di lakukan dengan cepat. Dengan adanya *Fintech* masyarakat daerah yang jauh dari pusat kota atau dari Bank pun bisa menggunakan.

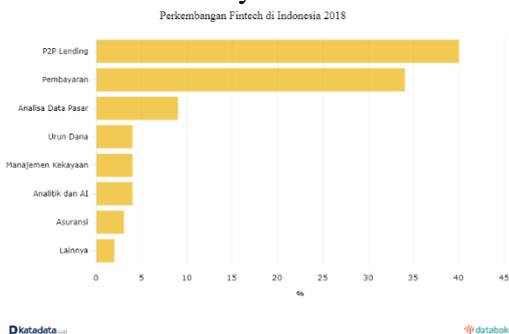
Tanpa harus ke bank untuk mendapatkan pelayanan. Dengan menggunakan layanan Fintech masyarakat dapat transaksi dimana pun dan kapan pun.sealain itu lebih mudah dan praktis. Di indonesia perkembangan *Fintech* semakin meningkat setiap kuartal dengan jumlah yang cukup besar.



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK),2017

Gambar 1 Perkembangan Jumlah Fintech Starup Lokal

Perkembangan *Financial Technology (Fintech)* seakan-akan menjawab kebutuhan masyarakat indonesia dalam urusan layanan keuangan yang saat ini terkesan rumit. Karena fintech menawarkan berbagai layanan mulai dari dompet digital, investasi, kredit online, pembayaran sampai pendanaan. Dari data Yang di paparkan oleh OJK di atas membuktikan bahwa dari kuartal I sampai IV perkembangan Fintech di indonesia semakin meningkat mulai dari kuartal I Starup lokal hanya ada 50 hingga sampai kuartal IV hingga 134 jumlahnya. Saat ini salah satu *Fintech* yang diminati oleh masyarakat indonesia adalah *Fintech* lending.



Sumber : Menteri Koordinator Perekonomian

Gambar 2 Perkembangan Fintech di Indonesia

Berdasarkan data yang di paparkan oleh menteri Koordinator Perekonomian di atas terlihat, Fintech yang paling diminati masyarakat yaitu P2P lending karena memberikan kemudahan dalam memberikan layanan pendanaan. Peminjam dapat melakukan peminjaman dimana saja tanpa harus mendatangi kantor untuk melakukan peminjaman. Karena dengan melakukan peminjaman menggunakan P2P lending hanya dengan menggunakan internet. Persyaratan untuk melakukan peminjaman dengan P2P tidak rumit dan pencairannya yang tergolong cepat dari pada pinjaman di bank yang membutuhkan waktu yang cukup lama. Dalam data tersebut menunjukan bahwa Fintech P2P Lending sangat di butuhkan oleh masyarakat. Karena tingginya kubutuhan pembiayaan khususnya masyarakat yang masuk dalam segmen yang tidak menggunakan bank. Pertumbuhan P2P lending di indonesia terus meningkat terlihat dengan jumlah akumulasi pinjaman di beberapa provinsi.

Salah satu Fintech yaitu akulaku menjadi salah satu Aplikasi yang minati masyarakat karena Akulaku menyediakan pinjaman uang di dalam aplikasinya dan untuk membayarnya dapat dicicil sesuai tenor yang di berikan oleh aplikasi Akulaku. Tidak hanya itu Akulaku

memiliki fitur kredit tanpa bkartu kredit. Fitur ini di buat agar memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan tanpa harus membayar dengan lunas tetapi dengan kredit.

Selain Akulaku ada beberapa Aplikasi dengan jumlah pengguna yang mengunduh di Playstore pada posisi pertama ada Kredit Pintar dengan jumlah sebesar 10 juta di posisi kedua dengan jumlah 10 juta, di posisi ketiga dengan jumlah sebesar 10 juta, di posisi ke empat ada Pinjam yuk dengan jumlah 5 juta, Easycash 5 juta, dan yang terakhir dana rupiah dengan jumlah pengguna yang mengunduh di playstore sebesar 5 juta pengunduh. Dalam hal ini Aplikasi Akulaku Harus menyusung strategi untuk dapat menarik konsumen agar menggunakan Aplikasi Akulaku dan harus membuat inovasi-inovasi baru karena pada dasarnya konsumen di indonesia mennggunakan Aplikasi Pinjaman Online untuk memenuhi kebutuhan. Karena Aplikasi Akulaku Tidak hanya bersaing dengan Aplikasi yang legal namun dengan Aplikasi ilegal.

Sistem pembayaran peer to peer lending saat ini banyak di perbincangkan oleh masyarakat kareana Menawarkan kemudahan dan praktis. Namun dengan meningkatnya peminat Fintech lending. Menimbulkan lahirnya Fitech yang tidak berijin atau ilegal menurut data yang di ungkapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui Satgas Waspada Investasi (SWI) telah memblokir sejumlah aplikasi Fintech lending pada april 2021, telah memblokir 86 Fintech P2P lending. Terhitung sejak 2018 sampai april 2021 jumlah Fintech lending yang sudah di blokir OJK sebanyak 3,198 Fintech ilegal.

Namun Keamanan dari fintech masih belum sepenuhnya sempurna karena pada zaman ini semua menggunakan teknologi. Pada saat ini kasus kejahatan semakin banyak yang menysar teknologi informasi. Menurut Kepala Departemen Kebijakan dan Pengawasan sistem pembayaran BI Eni V Panggabean. Ada tiga cara atau modus yang di gunakan yang terbaca adalah skimming, phising, malware. Skimming adalah tidakana mencuci data nasaabah dengan memasang alat perekam data yang umumnya dilakukan pada mesin EDC. Phising adalah tindakan ilegal untuk memperoleh informasi sensitif seperti user id dan password. Malware merupakan software atau kode yang diciptakan seseorang dengan tujuan jahat. Dan Fintech lending merupakan salah satu Fintech yang saat ini sedang banyak di bicarakan oleh masyarakat karena banyaknya Fintech lending yang ilegal. Untuk melakukan pinjaman prngguna harus membuat akun pengguna harus mencantumkan data pribadi, no hp tetap, dan rekening pribadi. Keharusan mencantumkan data pribadi membuat sebagian orang enggan untuk menggunakannya.

Salah satu kasus yang terperangkap di dalam Fintech lending atau Pinjaman Online yang di alami oleh Guru yang terperangkap dengan meminjam Rp. 3,7 juta namun jika di total tagihan hutang atas pinjamannya menjadi membengkak menjadi Rp. 20 juta. Saat penagihan afifah mendapatkan ancaman bahkan ada foto yang diedit dan dijadikan konten pornografi dan di tulis dengan tulisan menjual diri untuk lunasi hutang pada pinjaman Online. Meski adanya kasus yang terperangkap di Fintech lending. Suatu kemudahan yang di dapatkan pada Fintech akan sangat mempengaruhi masyarakat atau akan menggunakan Fintech pada kemudian hari. Perusahaan fintech harus mencari apa yang faktor – faktor yang memepengaruhi masyarakat dalam menggunakan layanan fintech.

Faktor kepercayaan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi dalam menggunakan layanan fintech. Kepercayaan di dalam pelayanan yang di berikan secara digital atau online hal ini akan akan membuat orang sadar akan keberadaan sebuah produk dan membuat orang tersebut semakin ingin mencari tahu akan informasi produk. Kepercayaan menjadi hal penting dalam minat menggunakan produk Fintech sebagai alat pinjaman.

Faktor yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan Fintech adalah kemudahan penggunaan. Suatu ukuran yang digunakan untuk masyarakat percaya bahwa Fintech dapat di gunakan dengan mudah. Hadirnya Fintech dapat memudahkan aspek kehidupan, tidak terkecuali dalam kegiatan peminjaman atau pendanaan

yang dapat menggunakan secara online. Dimana saja dan kapan saja setiap melakukan transaksi secara online dengan mudah melakukannya. Kemudahan yang diberikan Fintech Lending membuat masyarakat tergiur dan tidak sedikit yang memanfaatkan produk Fintech lending atau saat ini di kenal dengan Pinjaman Online (PINJOL) ini dengan tidak bijak. Diperkuat dengan pernyataan Direktur Eksekutif Asosiasi Fintech Pendanaan Indonesia (AFPI) kuseryansyah mengatakan masyarakat kita yang sudah menggunakan layanan keuangan digital tapi tidak mengerti sesungguhnya ritmenya, tidak paham risikonya, bagaimana menjadi bijak untuk mengelolanya.

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah di kemukakan di atas maka peneliti merumuskan masalah yaitu : 1). Apakah kepercayaan dapat berpengaruh terhadap minat menggunakan Fintech Akulaku? 2). Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan Fintech Akulaku?

KAJIAN PUSTAKA

Fintech

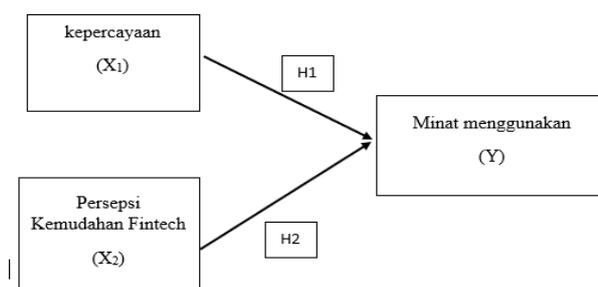
Menurut *The National Digital Center (NCDRC)*. (novianti dan erawati 2021) mendefinisikan *fintech* sebagai “*innovation in financial service*” yaitu suatu inovasi financial yang berbaur dengan teknologi modern. *Fintech* merupakan akses yang terbuka untuk jasa layanan keuangan formal, mendorong pertumbuhan ekonomi bangsa serta pembangunan inklusif dan berkelanjutan. Menurut farid (2020:7) fintech merupakan inovasi di bidang jasa keuangan yang lagi tren di indonesia fintech dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat secara luas melalui akses terhadap produk keuangan sehingga transaksi menjadi lebih praktis dan efektif.

Kepercayaan

Menurut yousua et al dalam (ramadi dan malik, 2016) kepercayaan merupakan pondasi dari bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing masing pihak saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis melainkan harus di bangun dari awal. Menurut jayanti dalam (harto dan munir 2021) kepercayaan merupakan kemauan untuk memebuat dirinya peka terhadap tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa keperceraan dan tanggungjawab. Menurut rofiq dalam (apriani dan suharti 2017) kepercayaan merupakan satu mempercayai pihak lainnya dalam melakukan transaksi berdasarkan suatu keyakinan, bahwa pihak yang di percayai memiliki segala kewajibannya dengan baik dan sesuai yang di harapkan.

Persepsi Kemudahan Fintech

Menurut jugianto (2017:155) Persepsi Kemudahan Fintech merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya dengan sistem informasi mudah di gunakan maka dia akan di gunakaannya. Menurut vankes dan Davis dalam (srimulyati 2020) persepsi kemudahan penggunaan merupakan persepsi seseorang yang tidak di persulit dengan berbagai kegiatan lain dalam melakukan transaksi. Maka seseorang akan memilih berminat pada suatu produk. Apabila produk tersebut tidak menyulitkan dalam menggunakannya. Menurut jugianto didalam (dwi hari 2018) merupakan sebagai mana sesorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.



Gambar 3 Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi akaulaku
 Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh Persepsi Kemudahan Fintech terhadap minat menggunakan Fintech Akulaku.

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi Penelitian merupakan suatu cara penulis menganalisis data, pengertian dari metode penelitian menurut Sugiyono, (2018:2) merupakan metode ilmiah buat memastikan informasi yang objektif valid, serta reliable dengan tujuan memastikan, meyakinkan serta meningkatkan sesuatu pengetahuan, sehingga bisa digunakan buat membongkar serta mengestimasi permasalahan yang ada. Dalam riset ini memakai tata cara riset kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, ialah mengukur pengaruh kepercayaan serta persepsi kemudahan Terhadap minat menggunakan.

Definis Operasional Variabel

Tabel 1 Oprasional variabel

N0	Variabel	Definisi	Indikator	Butir Item
1	Kepercayaan (X ₁)	Menurut rofiq dalam (apriani dan suharti 2017) kepercayaan merupakan satu mempercayai pihak lainnya dalam melakukan transaksi berdasarkan suatu keyakinan, bahwa pihak yang di percayai memiliki segala kewajibannya dengan baik dan sesuai yang di harapkan.	1. Konsisten dalam Kualitas 2. Mengerti keinginanb konsumen 3. Komposisi produk dan kualiatas produk 4. kepercayaan konsumen 5. Produk Handal	1,2 3,4 5,6 7,8 9,10
2	Persepsi Kemudahan Fintech (X ₂)	Menurut vankes dan Davis dalam (srimulyati 2020) persepsi kemudahan penggunaan merupakan persepsi seseorang yang tidak di persulit dengan berbagai kegiatan lain dalam melakukan transaksi. Maka seseorang akan memilih berminat pada suatu produk. apabila produk tersebut tidak menyulitkan dalam menggunakannya.	1. Intraksi individu dengan sistem jelas dan mudah di mengerti 2. Tidak di butuhkan banyak intraksi dalam menggunakan sistem 3. Mudah digunakan 4. Mudah mengoprasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan	1,2 3,4,5 6,7,8 9,10
3	Minat Menggunakan (Y)	Menurut devis dalam (abrilia dan sudarwanto 2020) minat perilaku adalah tingkatan seorang agar	1. rasa ingin menggunakan 2. selalu ingin menggunakan	1,2,3,4 5,6,7,8 9,10

		dapat melakukan perilaku tertentu dengan adanya keinginan dari sendiri. Akan mempunyai pengaruh ke penggunaan teknologi secara positif.	3. berlanjut menggunakan dimassa yang akan datang	
--	--	---	---	--

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan di tarik kesimpulannya. Adapun populasi pada penelitian ini, adalah masyarakat pengguna Akulaku yang berada di kecamatan kresik berjumlah Tidak di ketahui dengan pasti.

Sampel penelitain menurut Sugiyono (2017:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi, pengukuran sampel, merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang di ambil dalam pelaksanaan penelitian.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representative* (mewakili). Dalam penelitian ini jumlah sampel yang akan diambil belum diketahui, maka dari itu dapat dihitung dengan rumus lemeshow

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Dimana :

n : Besarnya sampel

z : tingkat keyakinan yang di butuhkan

moe : *Margin of eror* atau kesalahan maksimum yang dapat di tolelir

maka dihitung tingkat keyakinan yang di butuhkan dalam penelitian sampel 5% atau 0,05 atau Z=1,96 dan moe = 10% atau 0,1

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil yang di peroleh di atas sebesar 96,04 sebagai syarat untuk syarat penelitian. Untuk menambah akurasi data yang tepat maka peneliti mengambil 97 responden.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menurut (Siyoto dan Sodik, 2015:64). Pengumpulan data dalam penelitian ini perlu dipantau agar data yang diperoleh dapat terjaga tingkat validitas dan reliabilitasnya, walaupun telah menggunakan instrumen yang valid jika dalam proses penelitiannya tidak diperhatikan bisa jadi data yang terkumpul hanyalah data yang tidak bisa digunakan, peneliti yang mempunyai jawaban yang responden sesuai keinginannya akan semakin tidak reliabel, oleh karena itu pengumpulan data walaupun tampaknya hanya sekedar pengumpulan data tetapi harus tetap memenuhi persyaratan tertentu yaitu yang mempunyai keahlian yang cukup untuk melakukannya.

Metode Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018:147).

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Sebelum pengujian hipotesa dilakukan lebih lanjut, maka dalam penelitian ini perlu pengujian instrumen yaitu pengujian validitas dan reliabilitas. Menurut (Sugiyono, 2018:132) menyatakan item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi pula menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Untuk mencari nilai validitas dari sebuah item kita akan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total skor item-item dari variabel tersebut.

Seperti yang telah dikemukakan diatas syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah jika $r = 0,3$ Jadi apabila nilai korelasi tersebut $0,3$ maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaiknya apabila nilai korelasi dibawah $0,3$ maka dikatakan item tersebut kurang valid. 1). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner dinyatakan valid. 2). Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

Bagi (Sugiyono, 2018:135), kalau uji reliabilitas merupakan sepanjang mana hasil pengukuran dengan memakai objek yang sama, hendak menciptakan informasi yang sama. Keputusan uji reliabilitas ditetapkan dengan memakai syarat. Bila internal segala item (r_i) $\geq r$ tabel (taraf signifikan 5%) hingga item instrumen dinyatakan reliabel. Namun bila reliabilitas internal seluruhan item (r_i) $< r$ tabel (taraf signifikan 5%) hingga instrumen dinyatakan tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji statistic yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana sebaran sebuah data (Arry Eksandy, 2018:13). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah data berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas yaitu: 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi tersebut adalah normal. 2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari populasi tersebut tidak normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat adakah ketidak samaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear (Arry Eksandy, 2018:142) Model regresi yang baik yaitu heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan melihat grafik Scatterplot dimana: 1) Jika penyebaran data pada Scatterplot teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompokan menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas. 2) Jika penyebaran data Scatterplot tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompokan menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah sebuah situasi yang menunjukkan adanya kolerasi atau hubungan yang kuat antara dua variable, atau lebih dalam sebuah model regresi berganda (Arry Eksandy, 2018:150) Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yaitu: 1) Jika $VIF < 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam

model regresi. 2) Jika $VIF > 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi variabel yang terdapat didalam model prediksi dengan perubahan waktu. Uji autokorelasi harus dilakukan pada data time series atau runtut waktu. Sebab, yang dimaksud autokorelasi adalah sebuah nilai pada sampel atau observasi tertentu yang sangat dipengaruhi oleh nilai observasi sebelumnya.

Menurut (Ghozali 2018:112), dasar pengambilan keputusan dala uji autokorelasi adalah menggunakan uji Durbin – Watson (DW test) yaitu: 1). Apabila $0 < d < dl$ berarti tidak ada autokorelasi positif dengan keputusan ditolak. 2). Apabila $dl \leq d \leq du$ berarti tidak ada autokorelasi positif dengan keputusan No decision. 3). Apabila $4 - dl < d < 4$ berarti tidak ada korelasi negatif dengan keputusan ditolak 4). Apabila $4 - du \leq d \leq 4 dl$ berarti tidak ada korelasi negatif dengan keputusan No decision. 5). Apabila $du < d < 4 - du$ berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif dengan keputusan pembelian ditolak.

Analisis Regresi Berganda

Analisis digunakan buat mengenali *Digital marketing* serta *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian menggunakan teknik analisa regresi berganda, untuk mengetahui besarnya pengaruh kuantitatif dari suatu perubahan (Variabel X) terhadap kejadian lainnya (Variabel Y). Analisis regresi menggunakan rumus persamaan regresi berganda seperti dikutip dalam Sugiyono (2017:192) yaitu :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y	= Variabel dependen
a	= Harga konstanta
b ₁	= Koefisien regresi pertama
b ₂	= Koefisien regresi kedua
x ₁	= Koefisien independent pertama
x ₂	= Koefisien independent kedua

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel terikat. Nilai determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (*Digital marketing* dan *Brand Trust*) dalam menjelaskan variabel terkait (Keputusan Pembelian) amat terbatas.

Uji Hipotesis

Hipotesis menurut (Sugiyono, 2018:63) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang di berikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Uji t adalah pengujian koefisien regresi variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa

besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. 1). Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak maka H_a diterima. 2). Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima maka H_a ditolak.

Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (*Independen*) secara bersama - sama dapat mempengaruhi terhadap variabel terikat (*Dependen*). Pengujian terhadap pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap pergantian nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh pergantian variabel independen. Riset ini dengan memandang pada Anova yang menyamakan *Mean Square* dari *regression* serta *Mean Square* dari residual sehingga didapat hasil yang dinamakan F hitung. Selaku dasar pengambilan keputusan bisa digunakan kriteria selaku berikut: 1) Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak maka H_a diterima. 2) Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima maka H_a ditolak.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah adalah pengukuran yang digunakan untuk menganalisis suatu data dengan mendeskripsikan informasi data yang sudah diperoleh dan dipahami yang memberikan gambaran mengenai penelitian berupa hubungan-hubungan yang diprosikan keputusan pembelian.

Tabel 2 Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Tingkat Kepercayaan</i>	97	30	49	38.95	6.095
<i>Persepsi Kemudahan</i>	97	30	48	38.34	6.288
Minat Menggunakan	97	30	47	39.03	6.152
Valid N (listwise)	97				

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25 (2021)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, maka dapat dilihat bahwa variabel *Digital Marketing* memiliki nilai terendah 30 dengan nilai tertinggi 49 dengan rata-rata 38,95 dan standar deviasinya sebesar 6,095. Variabel *Influencer* memiliki nilai terendah sebesar 30 dengan nilai tertinggi 48 dengan nilai rata-rata 38,34 dan standar deviasinya sebesar 6.288. Kemudian variabel Keputusan Pembelian memiliki nilai terendah sebesar 30 dengan nilai tertinggi 47 dengan nilai rata-rata 39,03 dan standar deviasinya 6,152.

Pengujian Kualitas Data

Uji Validitas

Perhitungan uji validitas instrumen menggunakan analisis korelasi pearson dengan bantuan program SPSS versi 26. Keputusan mengenai validitas item dengan membandingkan rhitung dengan rtabel. Jika rhitung lebih besar dari rtabel ($r_h > r_t$) maka butir instrumen tersebut valid, tetapi sebaliknya jika rhitung lebih kecil dari rtabel ($r_h < r_t$) maka butir instrumen tersebut tidak valid (turun) dan tidak digunakan dalam studi. Untuk mencari rtabel, untuk $\alpha = 0,05$. Untuk mencari r tabel, $df = n-1$; α , diketahui $df = 30-1$; 0,05. Nilai r tabel 0,3009.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

No	r tabel	Variabel X1	Variabel X2	Variabel Y	Keterangan
		r hitung	r hitung	r hitung	
1	0,3061	0,851	0,830	0,797	Valid

2	0,3061	0,891	0,907	0,796	Valid
3	0,3061	0,752	0,927	0,842	Valid
4	0,3061	0,855	0,872	0,819	Valid
5	0,3061	0,844	0,880	0,781	Valid
6	0,3061	0,812	0,952	0,772	Valid
7	0,3061	0,947	0,944	0,892	Valid
8	0,3061	0,828	0,808	0,738	Valid
9	0,3061	0,796	0,739	0,826	Valid
10	0,3061	0,884	0,873	0,896	Valid

Sumber: data hasil olah spss 25, 2021

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena angket yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung nilai yang salah atau nol.

Tabel 4 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Cut-Off	Keterangan
<i>Tingkat Kepercayaan</i>	0.953	0,60	Reliabel
<i>Persepsi Kemudahan</i>	0.963	0,60	Reliabel
Minat Menggunakan	0.943	0,60	Reliabel

Sumber: data hasil olah spss 25, 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas membuktikan bahwa nilai *cronbach alpha* untuk pernyataan *Digital Marketing*, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian, semuanya lebih besar dari 0,60 sehingga butir-butir pernyataan ini dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini digunakan uji Kolmogorov Sminorv-Test. Adapun dasar pengambilan keputusan, bahwa suatu data terdistribusi normal atau tidak adalah dengan cara membandingkan p-value dengan taraf signifikansi (α) sebesar 0.05. Jika p-value > 0.05 , maka data berdistribusi normal.

Dari tabel One-Sample Kolmogorov- smirnov Test, didapat angka Asymp.Sig (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data berasal dari populasi memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dan nilai tolerance yang lebih kecil dari 0,10 yang berarti bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel bebas yang lebih dari 95%. Sedangkan dari matrix korelasi variabel independen terlihat dari tabel bahwa variabel bebas yang memiliki korelasi tertinggi adalah X1 dan X2 dengan nilai korelasi 0,562 atau sekitar 50%. Nilai korelasi tersebut masih dapat di tolerir karena masih di bawah 95%. Maka dari hal-hal tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar scatterplot di atas dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka (0) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a									
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	F	Sig.	Kesimpulan	
	B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	1,532	1,988		,771	,443	198,294	,000 ^b	
	Kepercayaan	,376	,090	,374	4,179	,000			H1 Diterima
	Kemudahan	,574	,092	,557	6,221	,000			H2 Diterima

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS V 25 (2021)

Berdasarkan hasil output SPSS, persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$MM = 1.532 + 0.376K + 0.574PK + e$$

Koefisien Determinasi

Tabel 6 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,900 ^a	,810	,806	2,644

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Kepercayaan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS V 25 (2021)

Nilai pada kolom Adjusted R Square 0,806 kemudian dikalikan 100% sesuai dengan rumus uji koefisien determinasi ($r^2 \times 100\%$), sehingga diperoleh hasil 80,6%. Dengan demikian besarnya kontribusi kepercayaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan adalah sebesar 80,6%. Sedangkan sisanya 19,4% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti.

Uji Hipotesis

Uji t

Uji t Variabel Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan. Diperoleh t hitung variabel kepercayaan 4,179 lebih besar dari t tabel 1,661. Dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Menggunakan.

Uji t Variabel persepsi kenudahan terhadap Minat menggunakan. Diperoleh t hitung variabel persepsi kemudahan 6,221 lebih besar dari t tabel 1,661. Dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Menggunakan.

Uji F

Hasil Fhitung pada table diatas adalah 198,294 lebih besar dari Ftabel 3,09 dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kepercayaan dan Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kepercayaan (X1) Minat Menggunakan (Y)

Berdasarkan hasil analisa penelitian yang sudah di uraikan diatas di peroleh bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Dilihat dari hasil Secara statistic hasil uji hipotesis dan signifikansi hipotesis, diketahui bahwa variabel kepercayaan (X1) menunjukkan pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan (Y) Fintech pada Akulaku Masyarakat Kecamatan Kresek. Hal ini dibuktikan hasil uji regresi sederhana jika diproyeksikan diperoleh $Y = 0,568 + 0,988 X1$ yang menunjukkan nilai 0,988 bernilai positif, sehingga semakin tinggi nilai Kepercayaan (X1) pada nilai tertentu, maka meningkatkan minat menggunakan (Y) pada nilai tertentu pula. Pembuktian hipotesis juga dilakukan melalui uji koefisien determinasi guna mengetahui besarnya kontribusi kepercayaan (X1) yaitu sebesar 90,9% terhadap minat menggunakan (Y), serta uji korelasi untuk mengetahui tingkat hubungan keeratan antara kepercayaan (X1) dan Minat Menggunakan (Y) dimana Kepercayaan memiliki tingkat hubungan keeratan yang sangat kuat dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,954

Dalam menentukan tingkat signifikansi pengaruh persepsi kemudahan terhadap Minat Menggunakan dilakukan uji t pada selang Kepercayaan 95% dengan hasil yang diperoleh nilai thitung sebesar 4,179 lebih besar dari pada ttabel 1,661 dan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$ yang artinya secara parsial Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan Fintech Akulaku pada Masyarakat Kecamatan Kresek.

Pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) Minat Menggunakan (Y)

Berdasarkan hasil analisa penelitian yang sudah di uraikan diatas di peroleh bahwa Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Dilihat dari hasil Secara statistic hasil uji hipotesis dan signifikansi hipotesis, diketahui bahwa variabel Persepsi Kemudahan (X2) menunjukkan pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan (Y) pada Fintech Akulaku Pada Masyarakat Kecamatan Kresek. Hal ini dibuktikan hasil uji regresi sederhana jika diproyeksikan diperoleh $Y = 1,940 + 0,926 X2$ yang menunjukkan nilai 0,926 bernilai positif, sehingga semakin tinggi nilai persepsi kemudahan (X2) pada nilai tertentu, maka minat menggunakan pada nilai tertentu pula. Pembuktian hipotesis juga dilakukan melalui uji koefisien determinasi guna mengetahui besarnya kontribusi persepsi kemudahan (X2) yaitu sebesar 85,9% terhadap Minat Menggunakan, serta uji korelasi untuk mengetahui tingkat hubungan keeratan antara persepsi kemudahan dan Minat Menggunakan dimana persepsi kemudahan memiliki tingkat hubungan keeratan yang sangat kuat dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,927

Dalam menentukan tingkat signifikansi pengaruh persepsi kemudahan (X2) terhadap Minat Menggunakan (Y) dilakukan uji t pada selang Kepercayaan 95% dengan hasil yang diperoleh nilai thitung sebesar 6,221 lebih besar dari pada ttabel 1,661 dan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$ yang artinya secara parsial persepsi kemudahan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y) Fintech Akulaku pada Masyarakat Kecamatan Kresek.

SIMPULAN

Bahwa hasil hipotesis Kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menggunakan. Berdasarkan hasil menggunakan SPSS versi 25 diperoleh hasil thitung sebesar 4,179 lebih besar dari ttabel yaitu sebesar 1,661 ($4,179 > 1,661$) dengan signifikan kurang dari 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan diterimanya H_a membuktikan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat menggunakan Fintech Akulaku. Bahwa hasil hipotesis persepsi Kemudahan Konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menggunakan. Berdasarkan hasil dari menggunakan SPSS versi 25 diperoleh hasil thitung sebesar 6,221 lebih besar dari ttabel yaitu sebesar 1,661 ($6,221 > 1,661$) dengan signifikansi kurang dari 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan diterimanya H_a membuktikan bahwa Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menggunakan Fintech Akulaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, N. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen Terhadap Minat Menggunakan. *jurnal manajemen Agustus* , 46-57.
- Effendi, Y. I. (2020). *Manajemen Pemasaran*. jakarta timur: Edu Pustaka.
- erna, n. s. (2020). *dasar-dasar ilmu manajemen*. yogyakarta.
- jugianto, P. (2017). *sistem informasi keperilakuan*. yogyakarta: Andi.
- nurlela anwar, a. a. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap. *Jurnal Manajemen Agustus 2016, Vol.9, No.1*, 46-57.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Cv.Afabeta.
- Rahadi, D. R. (2020). Persepsi Dan Pengambilan Keputusan Milenial Terhadap Instumen. *Persepsi Dan Pengambilan Keputusan Milenial Terhadap Instumen*, 164-17.
- sari, f. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektifitas dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO Studi pada Mahasiswa Universitas Sarjana Wiyata Tamansiswa. *Vol.7/No1, januari 2021*, 36-43.
- sudarwanto, N. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Menggunakan E- WALLET Pada Aplikasi DANA di Surabaya. *volume 8 No 3 Tahun 2020*, 1006-1012.
- suharti, N. a. (2017). Analisa Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi resiko. Nuri Apriani & Suharti / *Jurnal Manajemen Dewantara 1 (1)*, 21-34.
- suyanto, t. a. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Fintech dengan Menggunakan Pada UMKM dengan Menggunakan Teknologi Acceptance Mode (TAM). *Jurnal Akutansi & Manajemen Akmeika vol. 16 No 1 Tahun 2019*, 175-186.
- yousua, a. a. (2017). Pengaruh Persepsi Kumudahan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan. *jurnal IJCCS*, 1-17.
- Rosyid, R. (2021). PERTUMBUHAN UANG ELEKTRONIK TERHADAP PERKEMBANGAN INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN (IHSG) PADA MASA PENDEMI COVID-19 DI INDONESIA. *Dynamic Management Journal*, 5(1), 53-64.
- Abbas, D. S., Ismail, T., Taqi, M., & Yazid, H. (2022). THE IMPLEMENTATION OF A MANAGEMENT AUDITON HR RECRUITMENT TO ASSESS THE EFFECTIVENESS OF EMPLOYEE PERFORMANCE. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 14(2), 243-251.
- Abbas, D. S., Ismail, T., Taqi, M., & Yazid, H. (2023). Determinant of company value: evidence manufacturing Company Indonesia. *Calitatea*, 24(192), 183-189.
- Ariyana, A., Enawar, E., Ramdhani, I. S., & Sulaeman, A. (2020). The application of discovery learning models in learning to write descriptive texts. *Journal of English Education and Teaching*, 4(3), 401-412.
- Astakoni, I. M. P., Sariyani, N. L. P., Yulistiyono, A., Sutaguna, I. N. T., & Utami, N. M. S. (2022). Spiritual Leadership, Workplace Spirituality and Organizational Commitment; Individual Spirituality as Moderating Variable. *ITALIENISCH*, 12(2), 620-631.
- Goestjahjanti, S. F., Novitasari, D., Hutagalung, D., Asbari, M., & Supono, J. (2020). Impact of talent management, authentic leadership and employee engagement on job satisfaction: Evidence from south east asian industries. *Journal of Critical Reviews*, 7(19), 67-88.
- Gunawan, G. G., Wening, N., Supono, J., Rahayu, P., & Purwanto, A. (2021). Successful Managers and Successful Entrepreneurs as Head of Successful Families in Building a Harmonious Family. *PSYCHOLOGY AND EDUCATION*, 57(9), 4904-4913.

- Hidayat, I., Ismail, T., Taqi, M., & Yulianto, A. S. (2022). Investigating In Disclosure Of Carbon Emissions: Influencing The Elements Using Panel Data. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 12(3), 721-732.
- Immawati, S. A., & Rauf, A. (2020, March). Building satisfaction and loyalty of student users ojek online through the use of it and quality of service in tangerang city. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1477, No. 7, p. 072004). IOP Publishing.
- Joko Supono, Ngadino Surip, Ahmad Hidayat Sutawidjaya, Lenny Christina Nawangsari. (2020). Model of Commitment for Sustainability Indonesian SME's Performance: A Literature Review. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(05), 8772-8784. Retrieved from <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/18715>
- Muharam, H., Chaniago, H., Endraria, E., & Harun, A. B. (2021). E-service quality, customer trust and satisfaction: market place consumer loyalty analysis. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 8(2), 237-254.
- Ong, F., Purwanto, A., Supono, J., Hasna, S., Novitasari, D., & Asbari, M. (2020). Does Quality Management System ISO 9001: 2015 Influence Company Performance? Answers from Indonesian Tourism Industries. *Test Engineering & Management*, 83, 24808-24817.
- Purwanto, A. (2020). Develop risk and assessment procedure for anticipating COVID-19 in food industries. *Journal of Critical Reviews*.
- Purwanto, A. (2020). Develop risk and assessment procedure for anticipating COVID-19 in food industries. *Journal of Critical Reviews*.
- Purwanto, A. (2020). Effect of compensation and organization commitment on turnover intention with work satisfaction as intervening variable in indonesian industries. *Sys Rev Pharm*, 11(9), 287-298.
- Purwanto, A. (2020). The Relationship of Transformational Leadership, Organizational Justice and Organizational Commitment: a Mediation Effect of Job Satisfaction. *Journal of Critical Reviews*.
- Riyadi, S. (2021). Effect of E-Marketing and E-CRM on E-Loyalty: An Empirical Study on Indonesian Manufactures. *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*, 32(3), 5290-5297.
- Setyaningrum, R. P., Kholid, M. N., & Susilo, P. (2023). Sustainable SMEs Performance and Green Competitive Advantage: The Role of Green Creativity, Business Independence and Green IT Empowerment. *Sustainability*, 15(15), 12096.
- Subargus, A., Wening, N., Supono, J., & Purwanto, A. (2021). Coping Mechanism of Employee with Anxiety Levels in the COVID-19 Pandemic in Yogyakarta. *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*.
- Suharti, E., & Ardiansyah, T. E. (2020). Fintech Implementation On The Financial Performance Of Rural Credit Banks. *Jurnal Akuntansi*, 24(2), 234-249.
- Sukirwan, S., Muhtadi, D., Saleh, H., & Warsito, W. (2020). PROFILE OF STUDENTS JUSTIFICATIONS OF MATHEMATICAL ARGUMENTATION. *Infinity Journal*, 9(2), 197-212.
- Surip, N., Sutawidjaya, A. H., Nawangsari, L. C., & Supono, J. (2021). Effect of Organizational Commitment on the Sustainability Firm Performance of Indonesian SMEs. *PSYCHOLOGY AND EDUCATION*, 58(2), 6978-6991.
- Wamiliana, W., Usman, M., Warsito, W., Warsono, W., & Daoud, J. I. (2020). USING MODIFICATION OF PRIM'S ALGORITHM AND GNU OCTAVE AND TO SOLVE THE MULTIPERIODS INSTALLATION PROBLEM. *IIUM Engineering Journal*, 21(1), 100-112.

- Wulandari, I., & Rauf, A. (2022). Analysis of Social Media Marketing and Product Review on the Marketplace Shopee on Purchase Decisions. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 11, 274-284.
- Zatira, D., & Suharti, E. (2022). Determinant Of Corporate Social Responsibility And Its Implication Of Financial Performance. *Jurnal Akuntansi*, 26(2), 342-357.