PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINTECH DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA GENERASI Z

TUGAS AKHIR

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen

OLEH:

NAMA	**: ASMA'UL HUSNA**
NPM	**: 2205160390**
PROGRAM STUDI	**: MANAJEMEN**
KONSENTRASI	**: MANAJEMEN KEUANGAN**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بسم الله الرحمن الرحيم

PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 19 Agustus 2026, pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama : ASMA'UL HUSNA
NPM : 2205160390
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINTECH DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA GENERASI Z

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

Tim Penguji

Penguji I	Penguji II
Dr. BAHRIL DATUK, S.E., M.M.	ASRIZAL EFENDI NST, S.E., M.Si

Pembimbing

SRI PUJI LESTARI, SE., MM

Panitia Ujian

Ketua	Sekretaris
Assoc. Prof. Dr. RADIMAN, S.E., M.Si.	Assoc. Prof. Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan Telp. 061-6624567 Kode Pos 20238

بسم الله الرحمن الرحيم

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini disusun oleh :

Nama	**: ASMA'UL HUSNA**
N.P.M	**: 2205160390**
Program Studi	**: MANAJEMEN**
Konsentrasi	**: MANAJEMEN KEUANGAN**
Judul Tugas Akhir	**: PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINTECH DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA GENERASI Z**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan Tugas Akhir.

Medan, Agustus 2026

Pembimbing Tugas Akhir

Sri Puji Lestari, S.E., M.M.

Diketahui/Disetujui
Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen
akultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Agus Sani, S.E., M.Sc.

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dr. Radiman, S.E., M.Si.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa	:	Asma'ul Husna
NPM	:	2205160390
Dosen Pembimbing	:	Sri Puji Lestari, S.E., M.M.
Program Studi	:	Manajemen
Konsentrasi	:	Manajemen Keuangan
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Generasi Z.

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	-perjelas fenomena, tambahkan penelitian pendukung, lakukan pra. survey		
Bab 2	-perbaiki pengertian, faktor, indikator setiap variabel -perbaiki kerangka konseptual - perbaiki hipotesis		
Bab 3	-perbaiki definisi operasional - perbaiki kriteria sampel -perbaiki analisis data.		
Bab 4	Perbaikan Hasil Penelitian, tambahkan narasi pada hasil penelitian. - Perbaikan Pembahasan, tambahkan referensi yg relevan & terbaru		
Bab 5	Perbaikan Kesimpulan & Saran.		
Daftar Pustaka	Rapikan Menggunakan Mendeley		
Persetujuan Sidang Meja Hijau	Acc Sidang Meja Hijau	01/08-26	

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

Agus Sani, S.E., M.Sc

Medan, Agustus 2026
Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

Sri Puji Lestari, S.E., M.M.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa	: Asma'ul Husna
NPM	: 2205160390
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Manajemen Keuangan
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Fintech Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi pada Generasi Z

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir yang saya tulis, secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata dikemudian hari data-data dari tugas akhir ini merupakan hasil Plagiat atau merupakan hasil karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Saya yang menyatakan



ASMA'UL HUSNA

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINTECH DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA GENERASI Z

ASMA'UL HUSNA
2205160390

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalis persepsi manfaat dan kemudaham pengguna Terhadap minat menggunakan fintec melalui kepercayaan Pada Generasi Z secara langsung maupun secara tidak langsung. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Gen Z di Kemcatan Medan Denai. Sampel dalam penelitian ini menggunakan penarikan rumus Cochran, sehingga berjumlah sampel sebanyak 384 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, observasi, dan angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis statistik dengan menggunkana uji Analisis Outer Model, Analisis Inner Model, dan Uji Hipotesis. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *software* PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara langsung persepsi manfaat, kemudahan pengguna, kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech. Persepsi manfaat dan kemudahan pengguana berpengaruh terhadap kepercayaan. Kepercayaan mampu memediasi pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat menggunakan fintec pada Generasi Z

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Kemudahan Pengguna, Kepercayaan, Minat Menggunakan *Fintec*

ABSTRACT

THE EFFECT OF PERCEIVED USEFULNESS AND EASE OF USE ON THE INTENTION TO USE FINTECH WITH TRUST AS A MEDIATING VARIABLE AMONG GENERATION Z

ASMA'UL HUSNA
2205160390

The purpose of this study is to examine and analyze the effect of perceived usefulness and ease of use on the intention to use fintech through trust among Generation Z, both directly and indirectly. The approach used in this research is a causal approach. The population in this study is the entire Generation Z in Medan Denai Subdistrict. The sample in this study was determined using Cochran's formula, resulting in a total sample of 384 respondents. Data collection techniques in this study used documentation, observation, and questionnaires. The data analysis technique in this study uses a quantitative approach utilizing statistical analysis with Outer Model Analysis, Inner Model Analysis, and Hypothesis Testing. Data processing in this study utilized the PLS (Partial Least Square) software program. The results of this study prove that directly, perceived usefulness, ease of use, and trust have an effect on the intention to use fintech. Perceived usefulness and ease of use have an effect on trust. Trust is able to mediate the effect of perceived usefulness and ease of use on the intention to use fintech among Generation Z.

Keywords: ***Perceived Usefulness, Ease of Use, Trust, Intention to Use Fintech***

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, Puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesempatan dan kemudahan serta limpahan rahmat-NYA kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "**Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Generasi Z**". Dan tidak lupa sholawat beriring salam penulis hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan kita semua, semoga dengan memperbanyak shalawat kita mendapatkan syafaatnya di yaumil akhir kelak, Amin ya Rabbal 'alamin.

Penulisan Tugas Akhir ini ditujukan untuk memenuhi syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan dan penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya waktu, kemampuan, pengetahuan dan masih minimnya pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, dengan hati yang tulus dan ikhlas penulis akan menerima kritik dan saran yang membangun dari pihak-pihak yang berkepentingan dengan Tugas Akhir ini baik dosen pembimbing maupun pihak yang berpengalaman di bidang penulisan Tugas Akhir ini untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Penulis sangat merasa terbantu atas masukan, bimbingan dan motivasi yang tak henti-hentinya, dari pihak-pihak yang selalu memberikan dukungannya kepada saya. Untuk itu dengan rasa bangga dan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kedua orang tua, Ibunda tercinta Asmiani, dan Ayahanda tercinta Muhammad Nasir, yang telah memberikan segala kasih sayangnya kepada penulis, berupa dukungan do'a dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu. serta kedua Abang saya yang telah memberikan doa dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Akrim, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Radiman, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, sekaligus Dosen Penasihat Akademik yang telah membimbing penulis dari awal sebagai mahasiswa hingga akhir selesai sebagai mahasiswa.
3. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak M. Shareza Hafiz, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Agus Sani, S.E., M.Sc. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Arif Pratama Marpaung, S.E., M.M. selaku sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Sumatera Utara.

7. Ibu Sri Puji Lestari, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Bapak dan Ibu seluruh pegawai dan staf pengajar Fakultas Eknonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan, demi perbaikan selanjutnya saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata penulis memohon kepada Allah SWT dan penulis berharap semoga ini bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Medan, Juli 2026

Penulis,

ASMA'UL HUSNA
2205160390

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
ABSTRACT ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **x**

BAB 1 PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 9
1.3 Batasan Masalah 10
1.4 Rumusan Masalah 10
1.5 Tujuan Penelitian 11
1.6 Manfaat Penelitian 12

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA **15**
2.1 Landasan Teori 15
2.1.1 Minat Menggunakan Fintech 15
2.1.1.1 Pengertian Minat Menggunakan Fintech 15
2.1.1.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minta Menggunakan Fintech 17
2.1.1.3 Indikator Minat Menggunakan Fintech 19
2.1.2 Persepsi Manfaat 20
2.1.2.1 Pengertian Persepsi Manfaat 20
2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Manfaat 21
2.1.2.3 Indikator Persepsi Manfaat 23
2.1.3 Kemudahan Penggunaan 25
2.1.3.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan 25
2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan 25
2.1.3.3 Indikator Kemudahan Penggunaan 27
2.1.4 Kepercayaan 29
2.1.4.1 Pengertian Kepercayaan 29
2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan 30
2.1.4.3 Indikator Kepercayaan 30
2.2 Kerangka Konseptual 32
2.2.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Fintech 32
2.2.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech 33
2.2.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech. 34
2.2.4 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan 35
2.2.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan 36
2.2.6 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Fintech Dimediasi oleh Kepercayaan 37
2.2.7 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Dimediasi oleh Kepercayaan 39

2.3 Hipotesis Penelitian 40

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN 42
3.1 Pendekatan Penelitian 42
3.2 Definisi Operasional 42
3.2.1 Minat Menggunakan Fintech (Y) 43
3.2.2 Persepsi Manfaat 43
3.2.3 Kemudahaan Penggunaan (X2) 43
3.2.4 Kepercayaan (Z) 44
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian 44
3.3.1 Tempat Penelitian 44
3.3.2 Waktu Penelitian 44
3.4 Populasi dan Sampel 45
3.4.1 Populasi 45
3.4.2 Sampel 45
3.5 Teknik Pengumpulan Data 46
3.6 Teknik Analisis Data 47
3.6.1 Analisis Outer Model 49
3.6.2 Analisis Inner Model 51
3.6.3 Uji Hipotesis 52

BAB 4 PEMBAHASAN 54
4.1 Deskripsi Data 54
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian 54
4.1.2 Identitas Responden 54
4.1.3 Jawaban Responden 55
4.1.3.1 Jawaban Reponden Tentang Minat Menggunakan Fintec . 55
4.1.3.2 Jawaban Responden Tentang Persepsi Manfaat 57
4.1.3.3 Jawaban Responden Tentang Kemudahaan Penggunaan .. 59
4.1.3.4 Jawaban Responden Tentang Kepercayaan 60
4.2 Hasil Penelitian 63
4.2.1 Analisis Outer Model 63
4.2.1.1 Convergent Validity 63
4.2.1.2 Discriminant Validity 66
4.2.2 Analisis Inner Model 68
4.2.2.1 Uji Kebaikan Model (Goodness of Fit) 68
4.2.2.2 Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*) 69
4.2.2.3 Uji F^2 (Size Effect / F-Square) 70
4.2.2.4 Uji Predictive Relevance (Q2) 71
4.2.3 Pengujian Hipoteis 72
4.2.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Langsung 73
4.2.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Langsung 75
4.3 Pembahasan 76
4.3.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Fintech 76
4.3.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech 77
4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech. 78

4.3.4 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan 79
4.3.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan 81
4.3.6 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Fintech Mahasiswa Dimediasi oleh Kepercayaan..... 82
4.3.7 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Mahasiswa Dimediasi oleh Kepercayaan..... 83

BAB 5 PENUTUP..... 85
5.1 Kesimpulan 85
5.2 Saran..... 86
5.3 Keterbatasan Penelitian..... 87

DAFTAR PUSTAKA..... 89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Riset Minat Menggunakan Fintech 5
Tabel 1. 2 Pra Riset Persepsi Manfaat 6
Tabel 1. 3 Pra Riset Kemudahan Penggunaan 7
Tabel 1. 4 Pra Riset Kepercayaan 8
Tabel 3. 1 Indikator Minat Menggunakan Fintech 43
Tabel 3. 2 Indikator Persepsi Manfaat 43
Tabel 3. 3 Indikator Kemudahan Penggunaan 43
Tabel 3. 4 Indikator Kepercayaan 44
Tabel 3. 5 Skedul Rencana Penelitian 44
Tabel 3. 6 Skala Likert 47
Tabel 4. 1 Identitas Responden 54
Tabel 4. 2 Skor Angket Untuk Variabel Minat Menggunakan *Fintec* 55
Tabel 4. 3 Skor Angket Untuk Variabel Persepsi Manfaat 57
Tabel 4. 4 Skor Angket Untuk Variabel Kemudahan Penggunaan 59
Tabel 4. 5 Skor Angket Untuk Variabel Kepercayaan 61
Tabel 4. 6 Hasil Composite Reliability 65
Tabel 4. 7 Hasil Average Variance Extracted (AVE) 65
Tabel 4. 8 Hasil Cross Loading 66
Tabel 4. 9 Hasil Heretroit-Monotrait Ratio 67
Tabel 4. 10 Hasil Fornell-Larcker 68
Tabel 4. 11 Hasil Goodness of Fit 69
Tabel 4. 12 Hasil R Square 70
Tabel 4. 13 Hasil F-Square 71
Tabel 4. 14 Hasil Q Square 72
Tabel 4. 15 Uji Hipotesis Secara Langsung 73
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis Secara Tidak Langsung 75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persaingan Dompet Digital di Indonesia..... 2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual 40
Gambar 4. 1 Standardized Loading Factor 64
Gambar 4. 2 Hasil Uji Hipotesis 73

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan disrupsi besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, salah satunya dalam bidang keuangan. Kemunculan *financial technology* atau yang lebih dikenal dengan istilah fintech menjadi salah satu bukti nyata dari transformasi digital di sektor jasa keuangan. Fintech merupakan inovasi layanan keuangan berbasis teknologi yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan berbagai aktivitas keuangan, seperti pembayaran, peminjaman, investasi, hingga pengelolaan dana secara online dan real-time. Fenomena ini tumbuh pesat seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi digital dan perangkat seluler oleh masyarakat, terutama generasi muda yang dikenal melek teknologi.

Di Indonesia, fintech berkembang dengan sangat cepat dalam satu dekade terakhir. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa jumlah penyelenggara fintech terus meningkat setiap tahunnya, dan volume transaksi juga mengalami pertumbuhan signifikan. Layanan seperti *e-wallet* (dompet digital), *peer-to-peer lending, buy now pay later*, dan *mobile banking* telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat urban, termasuk Generasi Z, yang merupakan generasi kelahiran tahun 1997 hingga 2012, menjadi salah satu pengguna utama dari layanan fintech ini. Generasi ini memiliki karakteristik unik seperti kelekatan dengan teknologi, kecepatan dalam beradaptasi, dan keinginan akan kemudahan serta efisiensi.



Gambar 1. 1 Persaingan Dompet Digital di Indonesia
Sumber: *Bank Indonesia, Daily Social (2019)*

Berdasarkan data pada gambar, persaingan dompet digital di Indonesia menunjukkan perbedaan tingkat popularitas antar penyedia layanan, di mana GoPay menempati posisi tertinggi dengan tingkat penggunaan sebesar 79,4% yang mencerminkan tingginya penerimaan masyarakat, terutama karena integrasinya dengan ekosistem Gojek yang luas dan kemudahan transaksi sehari-hari. Selanjutnya, OVO berada di posisi kedua dengan tingkat popularitas sebesar 58,4% yang didukung oleh kerja sama dengan berbagai merchant ritel dan platform *e-commerce*, sementara LinkAja mencatat tingkat penggunaan sebesar 55,5% dengan keunggulan pada layanan pembayaran transportasi publik dan layanan berbasis BUMN. Di sisi lain, DANA memiliki tingkat popularitas sebesar 34,2%, menunjukkan bahwa meskipun belum sepopuler tiga dompet digital teratas, DANA tetap diminati karena kemudahan penggunaan dan fitur transfer yang praktis. Adapun PayTren menempati posisi terakhir dengan tingkat penggunaan sebesar 19,3%, yang relatif lebih rendah dibandingkan penyedia lainnya, kemungkinan disebabkan oleh segmentasi pasar yang lebih terbatas dan ekosistem layanan yang belum seluas kompetitornya. Secara keseluruhan, data ini

menggambarkan bahwa popularitas dompet digital di Indonesia dipengaruhi oleh faktor kemudahan penggunaan, luasnya jaringan layanan, serta tingkat kepercayaan pengguna terhadap masing-masing platform.

Financial Technology (fintech) merupakan inovasi layanan keuangan dengan menggunakan teknologi agar masyarakat dapat dengan mudah mengakses produk dan layanan keuangan serta melemahkan *barrier to entry* (Mujiatun et al., 2022) . Istilah *Financial Technology* digunakan untuk layanan keuangan yang menggunakan teknologi untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja (Gunawan et al., 2023) . Kehadiran *Financial Technology* menjadi pelengkap sistem yang sudah ada, dengan adanya *Financial Technology* semua orang dapat melakukan transaksi keuangan menjadi lebih mudah karena dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun (Lestari et al., 2022).

Di Kelurahan Medan Denai, Generasi Z menunjukkan tingkat penggunaan fintech yang cukup tinggi untuk berbagai kebutuhan, seperti transaksi pembayaran, belanja online, transfer dana, hingga pengelolaan keuangan pribadi. Karakteristik Generasi Z yang mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan fleksibilitas menjadikan fintech sebagai salah satu layanan yang banyak diminati. Tidak mengherankan jika generasi Z saat ini lebih memilih menggunakan aplikasi dompet digital seperti OVO, GoPay, Dana, atau ShopeePay dibandingkan membawa uang tunai. Generasi Z di Medan Denai menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam memanfaatkan layanan keuangan digital untuk berbagai kebutuhan, mulai dari belanja daring, membayar tagihan, hingga mengelola keuangan pribadi. Kemudahan akses, fitur yang *user-friendly*, serta berbagai promo yang ditawarkan oleh penyedia layanan fintech menjadi daya tarik tersendiri bagi generasi Z.

Namun, di balik tingginya minat tersebut, masih terdapat keraguan dari sebagian generasi Z untuk menggunakan fintech secara konsisten.

Salah satu faktor yang menjadi pendorong adalah persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna. Persepsi Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan. Di sisi lain, kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) juga menjadi variabel penting yang memengaruhi keputusan mahasiswa untuk mengadopsi fintech. Konsep ini berasal dari model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa pengguna teknologi akan lebih cenderung mengadopsi suatu sistem apabila sistem tersebut mudah dipahami dan digunakan tanpa membutuhkan banyak usaha. Generasi Z sebagai generasi *digital native* tentu sangat responsif terhadap teknologi yang praktis dan efisien.

Namun, kemudahan saja tidak cukup jika tidak disertai dengan kepercayaan (*trust*). Kepercayaan dalam konteks ini mencakup keyakinan bahwa penyedia layanan fintech memiliki integritas, kompetensi, dan komitmen untuk melindungi kepentingan pengguna. Tanpa adanya rasa percaya terhadap penyedia layanan, baik dalam aspek keamanan, keandalan, maupun integritas, pengguna cenderung enggan mengambil risiko. Rasa percaya ini tidak hanya dibentuk oleh pengalaman pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh reputasi merek, testimoni pengguna lain, transparansi layanan, serta kepatuhan terhadap regulasi pemerintah. Oleh karena itu, perusahaan fintech harus mampu membangun dan menjaga kepercayaan pengguna melalui transparansi kebijakan, layanan pelanggan yang responsif, dan teknologi keamanan data yang canggih.

Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis melainkan harus di bangun dari awal.

Meskipun banyak penelitian sebelumnya telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan fintech, seperti persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan, namun masih sedikit penelitian yang secara khusus mengintegrasikan pengaruh kepercayaan sebagai variabel mediasi. terlebih lagi, kajian yang secara spesifik menargetkan populasi Generasi Z di kelurahan Denai juga masih sangat terbatas. Padahal, memahami perilaku dan pola pikir Generasi Z sebagai pengguna dominan layanan digital sangat penting bagi pengembang fintech, regulator, serta institusi pendidikan. Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan terhadap 32 responden yang menggunakan Fintech diperoleh sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Pra Riset Minat Menggunakan Fintech

No.	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju	Responden
1.	Saya tertarik untuk menggunakan layanan fintech dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari.	65,6%	34,4%	32 orang
2.	Saya berencana untuk terus menggunakan layanan fintech di masa yang akan datang.	68,8 %	31,3%	32 orang
3.	Saya bersedia merekomendasi penggunaan layanan fintech kepada teman atau orang di sekitar saya	78,1%	21,9%	32 orang

Sumber: Hasil pra-riset peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat disimpulkan bahwa minat generasi Z terhadap penggunaan fintech tergolong tinggi. Hal ini terlihat dari mayoritas responden yang menyatakan setuju pada setiap pernyataan. Sebanyak 65,6% responden tertarik menggunakan fintech dalam transaksi sehari-hari, 68,8% berencana untuk terus menggunakannya di masa mendatang, dan 78,1% bersedia merekomendasikan layanan fintech kepada orang lain. Persentase tidak setuju

pada setiap pernyataan relatif lebih kecil. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa responden memiliki minat yang kuat terhadap penggunaan fintech, baik dari sisi ketertarikan, niat penggunaan berkelanjutan, maupun keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

Faktor lain yang memengaruhi minat menggunakan fintech adalah persepsi manfaat. Persepsi manfaat merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi akan mampu meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan dalam menjalankan aktivitasnya. Dalam konteks penelitian ini, persepsi manfaat mengacu pada sejauh mana pengguna meyakini bahwa fintech dapat memberikan kemudahan, kecepatan, efisiensi, dan efektivitas dalam melakukan transaksi keuangan. Semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan pengguna, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan fintech. Dengan demikian, persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan fintech.

Tabel 1. 2 Pra Riset Persepsi Manfaat

No.	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju	Responden
1.	Saya merasa penggunaan layanan fintech (OVO, DANA, ShopeePay, dll) memberikan manfaat dalam mempermudah transaksi keuangan saya.	56,3%	43,8%	32 orang
2.	Saya merasa layanan fintech (OVO, DANA, ShopeePay, dll) membantu saya melakukan transaksi dengan lebih cepat dan efisien.	68,8%	31,3%	32 orang
3.	Saya merasa penggunaan fintech (OVO, DANA, ShopeePay, dll) meningkatkan efektivitas saya dalam mengelola pembayaran dan kebutuhan keuangan sehari-hari.	78,1%	21,9%	32 orang

Sumber: Hasil pra-riset peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi manfaat yang cukup tinggi terhadap penggunaan fintech. Hal ini terlihat dari 56,3% responden yang menyatakan bahwa penggunaan layanan fintech memberikan manfaat dalam mempermudah transaksi keuangan, 68,8%

responden merasa fintech membantu melakukan transaksi dengan lebih cepat dan efisien, serta 78,1% responden menilai bahwa penggunaan fintech meningkatkan efektivitas dalam mengelola pembayaran dan kebutuhan keuangan sehari-hari. Meskipun masih terdapat responden yang tidak setuju pada setiap pernyataan, persentasenya relatif lebih kecil dibandingkan responden yang setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat fintech cukup kuat dirasakan oleh responden, terutama dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan serta kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi.

Faktor lain yang mempengaruhi minat menggunakan fintech adalah Kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting yang dijadikan sebagai pertimbangan dalam keputusan pembelian secara online. Kemudahan penggunaan adalah suatu tingkatan atau keadaan dimana seseorang meyakini bahwa untuk menggunakan suatu sistem teknologi tidak memerlukan usaha apapun dan kemudahan yang dirasakan dapat diukur dengan mudah dipelajari, memudahkan pengguna, meningkatkan keterampilan dan mudah dioperasikan. Kemudahan dalam menavigasi situs web dapat memudahkan pengguna untuk menemukan produk yang mereka inginkan dan membuat pembelian dengan mudah. informasi produk yang lengkap dan jelas, termasuk deskripsi, harga, ukuran, dan warna, dapat membantu pengguna membuat keputusan pembelian yang lebih baik (Daulay, 2021).

Tabel 1. 3 Pra Riset Kemudahan Penggunaan

No.	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju	Responden
1.	Saya merasa aplikasi fintech mudah dipelajari dan digunakan sejak pertama kali.	84,4%	15,6%	32 orang
2.	Fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi fintech mudah dipahami dan tidak membingungkan	81,3%	18,8%	32 orang
3.	Saya dapat menggunakan layanan fintech tanpa memerlukan bantuan dari orang lain.	71,9%	28,1%	32 orang

Sumber: Hasil pra-riset peneliti (2026)

Berdasarkan tabel pra riset kemudahan penggunaan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai aplikasi fintech mudah digunakan. Hal ini terlihat dari 84,4% responden yang menyatakan aplikasi fintech mudah dipelajari sejak pertama kali digunakan, 81,3% menilai fitur yang tersedia mudah dipahami dan tidak membingungkan, serta 71,9% merasa dapat menggunakan layanan fintech tanpa bantuan orang lain. Persentase responden yang tidak setuju relatif lebih kecil. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kemudahan penggunaan fintech tergolong tinggi dan mampu mendorong pengguna untuk lebih percaya diri dalam mengoperasikannya.

Faktor lain yang juga sangat penting dalam mempengaruhi minat menggunakan fintech adalah kepercayaan. Kepercayaan merupakan suatu kondisi dimana pengguna merasa yakin bahwa layanan fintech yang digunakan aman, dapat diandalkan, dan mampu menjaga data serta transaksi mereka dengan baik. Dalam konteks ini, kepercayaan muncul ketika pengguna percaya bahwa sistem tersebut memiliki keamanan yang baik, transparansi dalam informasi, serta reputasi yang positif..

Tabel 1. 4 Pra Riset Kepercayaan

No.	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju	Responden
1.	Saya percaya bahwa layanan fintech yang saya gunakan aman dan dapat diandalkan.	75%	25%	32 orang
2.	Saya percaya bahwa penyedia layanan fintech akan melindungi data dan informasi pribadi penggunanya.	78,1%	21,9%	32 orang
3.	Saya percaya bahwa transaksi yang dilakukan melalui fintech akan diproses secara jujur dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.	75%	25%	32 orang

Sumber: Hasil pra-riset peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan responden terhadap layanan fintech tergolong tinggi. Hal ini terlihat dari

mayoritas responden yang menyatakan setuju pada setiap pernyataan, yaitu 75% responden percaya bahwa layanan fintech aman dan dapat diandalkan, 78,1% percaya bahwa fintech mampu melindungi data dan informasi pribadi pengguna, serta 75% percaya bahwa transaksi melalui fintech diproses secara jujur dan sesuai ketentuan yang berlaku. Persentase responden yang tidak setuju relatif lebih kecil. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan yang kuat terhadap keamanan, perlindungan data, dan keandalan layanan fintech.

Berdasarkan data kuesioner di atas, dapat dijelaskan bahwa responden menunjukkan persepsi yang cukup kuat terhadap penggunaan layanan fintech, baik dari sisi manfaat, kemudahan penggunaan, kepercayaan, minat, maupun dorongan sosial. dengan demikian, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech dengan Kepercayaan sebagai variabel mediasi pada Generasi Z**"**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Minat generasi Z dalam menggunakan fintech masih belum konsisten, baik dari segi keinginan untuk mencoba, pengunaan secara berkelanjutan, maupun dorongan untuk terus menggunakan nya.
2. Masih terdapat generasi Z yang memiliki persepsi manfaat yang rendah terhadap penggunaan fintech, sehingga minat untuk menggunakan layanan fintech dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan belum optimal.

3. Kemudahan penggunaan fintech belum sepenuhnya dirasakan oleh seluruh generasi Z, sehingga masih ada keraguan untuk mengadopsi dan menggunakan layanan fintech secara konsisten.
4. Kepercayaan generasi Z terhadap layanan fintech masih bervariasi dan kurangnya keyakinan terhadap keamanan, kredibilitas dan keandalan fintech dapat menghambat pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan dalam meningkatkan minat menggnakan fintech

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya difokuskan pada Generasi Z yang berdomisili di daerah Medan Denai Kelurahan Denai sebagai objek penelitian, sehingga hasil yang diperoleh tidak digeneralisasikan untuk seluruh kelompok usia atau daerah lain. Variabel yang diteliti dibatasi pada persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan sebagai variabel independent, kepercayaan sebagai variabel mediasi serta minat menggunakan fintech sebagai variabel dependen. Jenis fintech yang dimaksud dalam penelitian ini ialah *e-wallet* seperti DANA, OVO, GoPay, ShoopePay dan LinkAja. Selain itu, penelitian ini hanya mengukur persepsi pengguna berdasarkan pengalaman subjektif generasi Z, sehingga tidak menilai aspek teknis atau operasional dari penyedia layanan fintech.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fintech oleh Generasi Z?

2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fintech oleh Generasi Z?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fintech oleh Generasi Z?
4. Apakah persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan oleh Generasi Z?
5. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan oleh Generasi Z?
6. Apakah kepercayaan memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan fintech pada Generasi Z?
7. Apakah kepercayaan memediasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan fintech pada Generasi Z?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech pada Gen Z.
2. Untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech pada Gen Z.
3. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech pada Gen Z.
4. Untuk mengetahui apakah persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap kepercayaan pada Gen Z.
5. Untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pada Gen Z.

6. Untuk menganalisis apakah kepercayaan memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan fintech pada Gen Z.
7. Untuk menganalisis apakah kepercayaan memediasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan fintech pada Gen Z.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis
    1) Bagi Mahasiswa

        Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai penggunaan layanan fintech secara aman, bijak, dan efektif. Mahasiswa dapat lebih memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka dalam menggunakan fintech, termasuk risiko, kemudahan, kepercayaan, serta pengaruh sosial. Dengan demikian, mahasiswa dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dalam memanfaatkan layanan keuangan digital untuk kebutuhan akademik, konsumsi, maupun pengelolaan keuangan pribadi.

    2) Bagi Universitas

        Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat dalam merumuskan program edukasi dan literasi keuangan digital bagi mahasiswa. Universitas dapat memanfaatkan temuan penelitian ini untuk mendorong mahasiswa lebih kritis dan sadar terhadap penggunaan teknologi keuangan, serta meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam memahami risiko dan manfaat fintech. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi referensi dalam pengembangan kurikulum atau seminar yang terkait dengan digital finance dan teknologi informasi.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi rujukan awal dan dasar bagi pengembangan studi-studi lanjutan terkait perilaku pengguna fintech, khususnya pada generasi muda. Penelitian ini menyediakan kerangka teoritis dan empiris yang dapat dikembangkan, diperluas, atau diuji kembali dalam konteks populasi, variabel, atau metode penelitian yang berbeda. Peneliti berikutnya dapat mengeksplorasi faktor tambahan seperti literasi keuangan digital, pengalaman pengguna, fitur aplikasi, atau faktor budaya yang berpotensi memengaruhi minat menggunakan fintech.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perilaku konsumen, manajemen teknologi, dan adopsi sistem informasi. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan fintech, serta memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai peran mediasi dari pengaruh sosial dalam penerimaan teknologi oleh generasi muda.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Minat Menggunakan Fintech

2.1.1.1 Pengertian Minat Menggunakan Fintech

Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kesukaan kepada sesuatu sesuai keinginan, sedangkan menurut istilah minat merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Minat menggunakan fintech dapat dipahami sebagai niat pengguna dalam menggunakan layanan fintech, yang dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan (Jumiati et al., 2025). Minat menggunakan fintech tercermin dari meningkatnya adopsi teknologi di masyarakat yang didorong oleh berbagai keuntungan seperti kemudahan, kecepatan, dan transparansi layanan. Semakin banyak manfaat yang dirasakan, semakin besar pula ketertarikan pengguna untuk mencoba dan terus menggunakan fintech dalam aktivitas keuangan mereka (Setiyono et al., 2021) . Minat menggunakan fintech merupakan kecenderungan atau dorongan dari dalam diri individu untuk menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi yang mencakup berbagai bidang seperti pembayaran, asuransi, manajemen investasi, simpanan dan pinjaman, peningkatan modal, serta penyediaan market (Hanafi, 2021) .

Dalam konteks penggunaan teknologi, minat seseorang dapat dijelaskan melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), yaitu teori yang sering

digunakan untuk meneliti model penerimaan teknologi dan dianggap sangat berpengaruh dalam memahami adopsi teknologi oleh pengguna. Teori TAM dikembangkan pertama kali pada tahun 1986 oleh Fred D. Davis dengan mengadaptasi komponen-komponen dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yaitu sebuah teori yang memiliki landasan berupa premis bahwa persepsi atau sikap pengguna ditentukan oleh apa yang mereka yakini. Model TAM mendasari penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap rasa percaya, sikap, dan tujuan pengguna, dengan mengembangkan serta menambahkan variabel eksternal yang berpengaruh terhadap penerimaan teknologi. Minat seseorang dalam menggunakan teknologi akan tumbuh seiring dengan manfaat dan kemudahan yang diterimanya. TAM dikembangkan untuk memberikan penjelasan tentang faktor-faktor utama perilaku dalam penggunaan teknologi informasi (Rohmah & Tristiarini, 2021) .

Selanjutnya, Menurut Syamil et al. (2020) minat menggunakan fintech dapat dilihat dari ketertarikan dan keinginan masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut, yang tercermin dari sikap, motivasi, serta kecenderungan untuk mulai menggunakan fintech dalam aktivitas keuangan. Minat menggunakan fintech muncul karena adanya kemudahan, kecepatan, dan transparansi dalam layanan yang ditawarkan. Proses yang sederhana serta akses yang lebih luas membuat pengguna tertarik untuk menggunakan fintech, terutama bagi yang sebelumnya sulit menjangkau layanan keuangan. Selain itu, pengalaman penggunaan yang lebih praktis dan efisien turut mendorong keinginan pengguna untuk mencoba dan terus menggunakan layanan fintech (Sumarlin et al., 2024) . Pada dasarnya, minat seseorang timbul karena pengaruh dari dalam dan luar

dirinya, yaitu lingkungan di mana individu berada (Setiawan et al., 2022) .

2.1.1.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minta Menggunakan Fintech

Menurut Rahadi (2020) Minat menggunakan fintech dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti perubahan perilaku konsumen, kondisi ekonomi, serta latar belakang sosial dan budaya masyarakat. Selain itu, faktor demografis dan tingkat literasi keuangan juga berperan penting dalam mendorong seseorang untuk menggunakan layanan fintech. Semakin baik pemahaman dan kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan digital, maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakannya. Menurut Jumiati et al. (2025) dalam konteks adopsi teknologi, faktor-faktor seperti *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived trust*, dan *perceived value* berperan penting dalam membentuk niat pengguna untuk menggunakan layanan P2P Lending. Namun menurut Marisa (2020) ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi minat setiap individu diantaranya adalah:

1. Faktor yang berasal dari dalam diri individu yang berhubungan dengan jasmani dan rohani.
2. Faktor Motif Sosial, yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan individu berada.
3. Faktor Emosional, yaitu ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap keinginan atau objek tertentu.

Minat setiap individu tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, setiap individu memiliki minatnya masing-masing. Meskipun individu memiliki minat yang sama terhadap sesuatu namun dilatarbelakangi oleh

faktor tertentu. Menurut Riyanti et al. (2022) faktor-faktor yang akan mempengaruhi minat seseorang dalam mengadopsi layanan fintech diantaranya:

1. *Perceived usefulness* adalah keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja dan efektivitas dalam melakukan aktivitas tertentu.
2. *Preceived ease of use* adalah tingkat keyakinan individu bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah dan tidak memerlukan usaha yang besar.
3. *Trust* merupakan keyakinan pengguna terhadap kemampuan, keandalan, dan integritas suatu sistem atau penyedia layanan dalam memberikan layanan secara aman dan sesuai dengan harapan.
4. *Attitude* merupakan kecenderungan evaluatif individu, baik positif maupun negatif, terhadap penggunaan suatu teknologi.
5. *government support* merupakan bentuk peran dan kebijakan pemerintah dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan dan penggunaan teknologi, termasuk fintech. Dukungan pemerintah dapat berupa regulasi yang jelas, pengawasan yang efektif, perlindungan konsumen, serta penyediaan infrastruktur digital.
6. *brand image* merupakan persepsi, kesan, dan keyakinan yang terbentuk dalam benak konsumen terhadap suatu merek berdasarkan pengalaman, informasi, dan reputasi yang dimiliki.
7. *preceived risk* merupakan tingkat ketidakpastian dan potensi kerugian yang dirasakan individu ketika menggunakan suatu teknologi atau layanan.
8. *user innovativeness* merupakan kecenderungan individu untuk mencoba dan

menerima teknologi atau inovasi baru lebih awal dibandingkan orang lain.

2.1.1.3 Indikator Minat Menggunakan Fintech

Menurut Setiyono et al. (2021)indikator minat menggunakan fintech dapat dilihat dari kemudahan dan kecepatan layanan, manfaat yang dirasakan seperti transparansi, kemudahan akses terhadap layanan keuangan, serta pengalaman pengguna yang lebih praktis dan efisien. Semakin mudah digunakan, semakin besar manfaat yang dirasakan, serta semakin baik pengalaman pengguna, maka kecenderungan seseorang untuk menggunakan fintech juga akan meningkat. Indikator minat menggunakan fintech juga dapat dilihat dari kemudahan dan kecepatan layanan, manfaat yang dirasakan seperti transparansi, kemudahan akses terhadap layanan keuangan, serta pengalaman pengguna yang lebih praktis dan efisien. Semakin mudah digunakan, semakin besar manfaat yang dirasakan, serta semakin baik pengalaman pengguna, maka kecenderungan seseorang untuk menggunakan fintech juga akan meningkat (Rahadi, 2020). Menurut Khoiriyah et al. (2020) dimensi minat ada tiga macam, yaitu:

1. Rasa ingin menggunakan

   Dengan adanya Fintech, misalnya, cara pembayaran bisa menjadi lebih mudah karena FinTech terus berupaya melakukan terobosan-terobosan baru guna melayani perusahaan pada umumnya, dan para individu, khususnya.

2. Keadaan selalu menggunakan

   Fintech lebih berpusat pada perusahaan yang melakukan inovasi dibidang jasa keuangan dengan sentuhan teknologi modern.

3. Dorongan untuk terus menggunakan di masa yang akan datang

   Selain dapat mengurangi tingkat gagalnya pembayaran, Perusahaan pinjaman

dapat mengalihkan sumber daya yang sebelumnya digunakan untuk membayar hutang untuk mengakuisisi pelanggan yang memiliki

2.1.2 Persepsi Manfaat

2.1.2.1 Pengertian Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi akan memberikan manfaat dan meningkatkan kinerjanya dalam menyelesaikan suatu pekerjaan atau aktivitas tertentu. Menurut Nurhayati & Gunawan (2024) Persepsi manfaat adalah persepsi kebermanfaatan yang dirasakan konsumen dengan melakukan transaksi secara online yang akan berdampak pada adanya minat konsumen untuk melakukan menggunakan fintech. Maka semakin besar persepsi manfaat yang dirasakan, maka semakin tinggi kecenderungan seseorang untuk menggunakan layanan tersebut. Sejalan dengan pendapat (Nurwila & Syaefulloh, 2026) bahwa persepsi manfaat ialah keyakinan bahwa Penggunaan aplikasi *E-wallet* akan memberikan keuntungan nyata seperti efisiensi waktu, kemudahan transaksi, dan penghematan biaya.

Adapun, Menurut Khoiriyah et al (2025) Persepsi manfaat merupakan pandangan subjektif seseorang atau sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi sangat bermanfaat untuk meningkatkan kinerja pekerjaannya. Persepsi Manfaat didefinisikan sebagai sesuatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi, akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja, artinya bahwa adanya manfaat dari fasilitas internet banking akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi yang menggunakan fasilitas tersebut (Saputri & Adi, 2025).

2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Manfaat

Menurut Rosana (2023) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi manfaat yaitu:

1. Kemudahan penggunaan adalah tingkat di mana seseorang merasa sistem informasi mudah dipahami dan digunakan.
2. Dukungan pengetahuan internal adalah support pengetahuan teknis yang dimiliki seseorang atau kelompok orang tentang teknologi informasi.
3. Pelatihan internal adalah sejumlah bimbingan yang telah diberikan kepada pengguna dari pengguna lain atau dari spesialis komputer yang ada di dalam organisasi.
4. Dukungan manajemen adalah tingkat support umum yang diberikan oleh manajemen puncak organisasi
5. Dukungan eksternal adalah support pengetahuan teknis tentang teknologi informasi dari pihak luar baik individu maupun kelompok.
6. Pelatihan eksternal adalah sejumlah bimbingan yang telah diberikan kepada pengguna oleh pengguna lain atau spesialis komputer dari pihak luar.

Adapun, Menurut Fadillah & Zainurossalamia ZA (2023) Persepsi manfaat pada suatu produk dalam penggunaan dapat dipengaruhi oleh beberapa hal. Adapun faktor yang mampu mempengaruhi persepsi kemanfaatan yaitu:

1. Produktivitas

   Penggunaan sistem mampu meningkatkan produktivitas pengguna.
2. Pekerjaan Efektif

Sistem membantu pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien.

3. Manfaat Secara Keseluruhan

   Pengguna merasakan dampak positif dari penggunaan sistem.

4. Kebutuhan Individu

   Manfaat dirasakan ketika sistem dapat memenuhi kebutuhan pengguna.

5. Tujuan Pribadi

   Sistem dianggap bermanfaat jika mendukung pencapaian tujuan pribadi.

6. Pengalaman Pribadi

   Pengalaman positif sebelumnya meningkatkan persepsi manfaat.

7. Pengaruh Sosial

   Penilaian orang lain dapat memengaruhi persepsi manfaat pengguna.

8. Informasi dan Pengetahuan

   Semakin baik informasi yang dimiliki, semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan.

Menurut (Nurmala Sari et al., 2025) Persepsi manfaat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain pelatihan yang memadai dapat meningkatkan pemahaman pengguna terhadap sistem sehingga manfaat teknologi lebih mudah dirasakan. Selain itu, tingkat kepercayaan terhadap sistem dan institusi penyedia layanan akan meningkatkan keyakinan pengguna terhadap kegunaan teknologi. Faktor lainnya adalah literasi digital, dimana pengguna yang memiliki kemampuan digital yang baik cenderung lebih mudah memahami dan merasakan manfaat dari penggunaan teknologi.

2.1.2.3 Indikator Persepsi Manfaat

Menurut Aziziyah (2021) berikut adalah indikator yang dapat diukur dari persepsi manfaat:

1. Meningkatkan kinerja

   sejauh mana layanan yang ditawarkan membantu konsumen menyelesaikan tugas atau kebutuhan mereka dengan lebih baik.

2. Bermanfaat bagi pengguna

   Sejauh mana konsumen merasa bahwa layanan yang digunakan memberikan nilai tambah atau manfaat langsung bagi mereka.

3. Meningkatkan produktivitas

   Kemampuan layanan untuk membantu konsumen mencapai lebih banyak hal dalam waktu yang lebih singkat.

4. Meningkatkan efektifitas

   Kemampuan layanan untuk membantu konsumen mencapai tujuan mereka dengan cara yang paling efisien.

Menurut Fadillah & Zainurossalamia ZA (2023) Indikator persepsi manfaat, yaitu:

1. Mempercepat Pekerjaan *(Work More Quickly)*

   Persepsi bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi dapat membantu pengguna menyelesaikan pekerjaan atau aktivitas dengan lebih cepat dibandingkan cara konvensional.

2. Meningkatkan Kinerja *(Job Performance)*

   Persepsi bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kualitas hasil kerja atau aktivitas yang dilakukan sehingga menjadi lebih baik dan optimal.

3. Meningkatkan Produktivitas *(Increase Productivity)*

   Persepsi bahwa teknologi mampu membantu pengguna menghasilkan lebih banyak pekerjaan atau aktivitas dalam waktu yang sama dengan usaha yang lebih efisien.

4. Efektivitas *(Effectiveness)*

   Persepsi bahwa penggunaan teknologi membantu pengguna mencapai tujuan yang diinginkan secara lebih tepat, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan.

5. Mempermudah Pekerjaan *(Makes Job Easier)*

   Persepsi bahwa teknologi dapat mengurangi kesulitan dalam melakukan pekerjaan atau aktivitas sehingga prosesnya menjadi lebih sederhana dan tidak memerlukan banyak usaha.

6. Bermanfaat

   Persepsi bahwa teknologi memberikan manfaat nyata bagi pengguna dalam mendukung kebutuhan, aktivitas, maupun penyelesaian pekerjaannya sehari-hari.

Adapun menurut Ernawati & Noersanti (2020) Persepsi Manfaat diukur dari

beberapa indikator sebagai berikut :

1. Mempermudah transaksi pembayaran
2. Mempercepat transaksi pembayaran
3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi

4. Memberikan rasa aman ketika sedang melakukan transaksi pembayaran.

2.1.3 Kemudahan Penggunaan

2.1.3.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan *(perceived ease of use)* merupakan tingkat keyakinan individu bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar (Wicaksono, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa semakin sederhana dan mudah suatu sistem dipahami serta dioperasikan, maka semakin tinggi tingkat penerimaan pengguna terhadap teknologi tersebut. Kemudahan penggunaan fintech merujuk pada kemampuan layanan keuangan digital untuk digunakan secara praktis, cepat, dan tidak rumit oleh pengguna (Rahardjo, 2021). Menurut Wicaksono (2023) kemudahan penggunaan ialah tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah.

Sedangkan, Menurut Hamdani (2023) Kemudahan penggunaan dapat dipahami sebagai kondisi dimana suatu sistem memiliki prosedur yang sederhana, mudah dipahami, serta tidak membutuhkan banyak keterampilan dalam penggunaannya. Ketika suatu teknologi dirasakan mudah digunakan, maka pengguna akan lebih cenderung menganggap teknologi tersebut bermanfaat dan layak digunakan. Kemudahan penggunaan adalah pandangan pengguna terhadap sejauh mana suatu teknologi dapat digunakan secara sederhana, mudah dipahami, dan tidak menimbulkan kesulitan dalam pengoperasiannya (Sumarlin et al., 2024).

2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan

Kemudahan Penggunaan dapat membuat orang percaya bahwa system atau teknologi tersebut mudah dipahami, sehingga dapat mengurangi jumlah waktu dan

tenaga yang mereka habiskan untuk mempelajari system atau teknologi tersebut. Karna hal ini, maka terdapat faktor yang mempengaruhi kemudahan penggunaan.

Menurut Wicaksono (2022), terdapat beberapa faktor yaitu:

1. Karakteristik sistem: Sistem yang mudah dipahami, tidak rumit, dan terstruktur akan meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan.
2. Pengalaman pengguna: Pengguna yang sudah terbiasa dengan teknologi akan merasa lebih mudah menggunakan sistem baru.
3. Kemampuan/pengetahuan pengguna: Semakin tinggi pemahaman teknologi, semakin mudah seseorang menggunakan fintech.
4. Desain antar muka: Tampilan yang sederhana dan jelas akan membuat sistem lebih mudah dipelajari.
5. Pelatihan atau pembelajaran: Adanya panduan atau pengalaman belajar akan membantu pengguna merasa sistem lebih mudah digunakan.

Adapun, Menurut Hamdani (2023) faktor yang mempengaruhi ialah:

1. Kemudahan prosedur/SOP: Sistem yang langkah-langkahnya sederhana lebih mudah digunakan.
2. Tingkat kompleksitas sistem: Semakin tidak rumit suatu aplikasi, semakin tinggi persepsi kemudahannya.
3. Keterampilan yang dibutuhkan: Jika tidak butuh skill tinggi, pengguna akan merasa lebih mudah.
4. Aksesibilitas *(accessibility):* Kemudahan akses (baik fisik maupun informasi) mempengaruhi persepsi kemudahan.
5. Desain dan tampilan sistem: Tampilan yang jelas dan user-friendly membantu pengguna memahami sistem.

2.1.3.3 Indikator Kemudahan Penggunaan

Dalam menentukan apakah sistem tersebut mudah digunakan atau tidak maka dibutuhkan beberapa indikator. Menurut Wicaksono (2023) indikator kemudahan penggunaan sebagai berikut:

1. Navigasi: Kemudahan dalam berpindah menu atau fitur sehingga pengguna tidak bingung saat menggunakan sistem.
2. Tampilan *(interface)*: Desain yang sederhana dan jelas membuat pengguna lebih cepat memahami cara penggunaan.
3. Efektivitas: Sistem mampu membantu pengguna mencapai tujuan yang diinginkan dengan tepat.
4. Efisiensi: Penggunaan sistem tidak membutuhkan banyak waktu dan usaha.
5. Kepuasan pengguna: Pengguna merasa nyaman dan tidak kesulitan saat menggunakan sistem.

Menurut Rahardjo (2021) indikator kemudahan penggunaan sebagai berikut:

1. Kemudahan akses: dapat digunakan kapan saja dan dimana saja melalui perangkat digital, tanpa harus datang ke tempat fisik.
2. Kesederhanaan proses: prosedur penggunaan dibuat lebih ringkas dan tidak bebelit dibandingkan layanan keuangan tradisional.
3. Kecepatan layanan: transaksi dapat dilakukan secara cepat, seperti pembayaran atau transfer yang berlangsung secara instan.
4. Kejelasan sistem (transparansi): informasi yang ditampilkan dapat dipahami dengan mudah, seperti biaya, proses dan hal lainnya

5. Kemudahan memahami teknologi: dirancang dengan tampilan *user-friendly* sehingga mudah dipelajari oleh pengguna.

Menurut (Jamaludin et al., 2022), indikator-indikator kemudahan penggunaan teknologi meliputi:

1. Mudah dipelajari *(Easy to learn).*

   Menggambarkan sejauh mana pengguna merasa bahwa layanan fintech dapat dipahami dan digunakan dengan cepat tanpa membutuhkan usaha yang besar.

2. Dapat dikontrol *(Controllable).*

   Menunjukkan sejauh mana pengguna merasa memiliki kendali penuh saat menggunakan layanan fintech. Pengguna dapat dengan mudah mengatur, mengoperasikan, dan menghentikan penggunaan fitur sesuai kebutuhan tanpa merasa bingung atau tergantung pada pihak lain.

3. Fleksibel dalam waktu *(Flexible in time).*

   Kemudahan akses selama 24 jam memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara cepat dan praktis serta terasa lebih efisien dan mendukung aktivitas sehari-hari, sehingga dapat meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan layanan fintech.

4. Fleksibel untuk ditempatkan *(Flexible to place).*

   Selama terhubung dengan jaringan internet, pengguna dapat melakukan transaksi dari rumah, kampus, maupun tempat lainnya. Hal ini memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna, sehingga dapat meningkatkan minat menggunakan layanan fintech.

5. Fleksibel untuk dipilih *(Flexible to choose)*

   Pengguna bebas memilih opsi yang paling sesuai tanpa proses yang rumit. Hal

ini membuat pengguna merasa lebih nyaman dan terbantu, sehingga dapat meningkatkan minat menggunakan fintech.

2.1.4 Kepercayaan

2.1.4.1 Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan pengguna terhadap suatu sistem atau layanan yang didasarkan pada aspek keamanan, reputasi, dan kualitas informasi, sehingga pengguna merasa aman dan bersedia menggunakan layanan tersebut (Jumiati et al., 2025). Menurut Sumarlin et al. (2024) Kepercayaan adalah keyakinan pengguna terhadap perusahaan atau layanan yang dibangun melalui integritas, kejujuran, dan keterbukaan dalam menjalankan operasionalnya. Sedangkan, menurut Affandi & Iskandar (2025) Kepercayaan dalam fintech adalah keyakinan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan integritas layanan keuangan digital sehingga mereka bersedia menggunakan layanan tersebut tanpa rasa khawatir terhadap risiko seperti pencurian data atau penipuan.

Menurut Fauji & Widodo (2020) Kepercayaan terhadap fintech adalah keyakinan konsumen bahwa layanan keuangan digital mampu memberikan keamanan, melindungi data pribadi, serta menjalankan transaksi secara aman sehingga pengguna merasa nyaman dan bersedia menggunakannya. Sedangkan, Menurut Djamhari et al. (2022) kepercayaan terhadap fintech adalah keyakinan konsumen terhadap keamanan dan keandalan layanan keuangan digital, khususnya dalam melindungi data pribadi dan mencegah risiko seperti pencurian data, penipuan, serta kerugian finansial.Kepercayaan merupakan ukuran keyakinan seseorang dalam mempercayai orang lain untuk dipercaya tanpa harus mengawasi dan mengendalikannya (Bella et al., 2023).

2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan

Suatu hal terjadi pasti memiliki sebab atau terdapat suatu dorongan sehingga hal tersebut dapat terjadi. maka dari itu terdapat faktor dalam suatu kejadian. Menurut Sumarlin et al. (2024) faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan ialah:

1. Integritas: Konsistensi perusahaan dalam bertindak sesuai prinsip dan janji.
2. Kejujuran: Keterbukaan dalam menyampaikan informasi tanpa manipulasi.
3. Keterbukaan (transparansi): Kemauan perusahaan untuk terbuka terkait layanan, risiko, dan kebijakan.

Menurut Affandi & Iskandar (2025) terdapat beberapa faktor, yaitu:

1. Keamanan sistem: seperti perlindungan data pengguna dari pencurian atau kebocoran serta sistem yang aman meningkatkan rasa percaya.
2. Risiko penipuan (*fraud)*: seperti adanya penipuan online menurunkan kepercayaan dan semakin tinggi risiko maka semakin rendah kepercayaan pengguna.
3. Perlindungan data pribadi: seperti kebocoran data membuat pengguna ragu menggunakan fintech.
4. Keandalan layanan: Jika sistem sering bermasalah atau merugikan dapat menurunkan kepercayaan pengguna dan layanan yang stabil dapat meningkatkan kepercayaan.

2.1.4.3 Indikator Kepercayaan

Dalam menentukan apakah sistem tersebut dapat dipercaya atau tidak, maka dibutuhkan beberapa indikator. Adapun, menurut Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa terdapat lima kunci dalam kepercayaan yang dapat dijadikan

parameter pengukuran kepercayaan, kelima Indikator itu adalah:

1. Kesungguhan / Ketulusan (*Benevolence)*, yang merupakan seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berprilaku baik kepada konsumen.
2. Kemampuan (*Ability*), hal inidefini untuk mengetahui sebuah penilaian terkini atas apa yang dapat dilakukan seseorang. Dalam hal ini bagaimana penjual mampu meyakinkan pembeli dan memberikan jaminan kepuasan dan keamanan ketika bertransaksi.
3. Integritas (*Integrity*), adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.
4. Ketergantungan (*Willingness to Depend*), kesediaan untuk bergantung kepada penjual berupa penerimaan resiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.
5. Keterbukaan (*Oppenness)*, Adanya transparansi terhadap suatu produk atau jasa.

Menurut Jumiati et al. (2025) terdapat lima indikator dalam variabel kepercayaan :

1. Keamanan sistem: sejauh mana sistem mampu melindungi data dan transaksi pengguna
2. Reputasi platform: tingkat kepercayaan terhadap nama baik dan kredibilitas penyedia layanan
3. Kualitas informasi: kejelasan, akurasi, dan kelengkapan informasi yang diberikan
4. Transparansi kebijakan: keterbukaan dalam pengelolaan data dan layanan

5. Kepatuhan terhadap regulasi: kesesuaian dengan aturan seperti perlindungan data dan hukum yang berlaku.

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual berfungsi sebagai fondasi pemikiran yang menguraikan hubungan antar variabel penelitian, didasarkan pada teori dan temuan studi sebelumnya. Melalui kerangka ini, peneliti mampu mengilustrasikan secara terstruktur arah keterkaitan antar variabel yang akan dievaluasi dalam penelitian ini.

Dalam konteks penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap minat nya generasi z menggunakan fintech di wilayah Medan Denai, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Kerangka ini dirancang untuk memahami bagaimana tingkat persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap menggunakan fintech dan kepercayaan dapat memicu minat mereka dalam menggunakan financial technology.

2.2.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Fintech

Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *financial technology* (fintech) dapat dijelaskan melalui bagaimana individu menilai manfaat dan kegunaan yang diperoleh dari penggunaan layanan tersebut. Persepsi manfaat mencerminkan keyakinan seseorang bahwa penggunaan fintech dapat memberikan keuntungan, seperti mempermudah transaksi keuangan, menghemat waktu, meningkatkan efisiensi, serta membantu dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Ketika seseorang merasa bahwa fintech mampu memberikan manfaat yang nyata dan mendukung kebutuhannya, maka minat untuk menggunakan

layanan fintech akan semakin meningkat. Sebaliknya, apabila manfaat yang dirasakan rendah atau pengguna tidak merasakan adanya keuntungan yang signifikan dari penggunaan fintech, maka minat untuk menggunakan layanan tersebut cenderung menurun. Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna, semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan layanan financial technology (fintech).

Hal ini sejalan dengan model penerimaan teknologi *(Technology Acceptance Model/TAM)* yang dikemukakan oleh Fred D. Davis yang menyatakan bahwa persepsi manfaat *(perceived usefulness)* merupakan keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi akan meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat dalam aktivitasnya. Dalam konteks fintech, semakin besar manfaat yang dipersepsikan oleh pengguna, seperti kemudahan transaksi, efisiensi waktu, dan peningkatan efektivitas dalam pengelolaan keuangan, maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, apabila manfaat yang dirasakan rendah, maka minat menggunakan fintech juga cenderung menurun (Kurnianingsih & Maharani, 2020).

Temuan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Nurhayati & Gunawan, 2024), (Nurwila & Syaefulloh, 2026), serta (Khoiriyah et al., 2025) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Financial Technology* (fintech).

2.2.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech

Kemudahan penggunaan *(perceived ease of use)* merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan layanan

financial technology (fintech). Ketika suatu aplikasi fintech dirancang dengan tampilan yang sederhana, mudah dipahami, serta tidak membutuhkan usaha yang besar untuk dipelajari, maka pengguna akan merasa lebih nyaman dan tidak mengalami kesulitan dalam mengoperasikannya. Kondisi ini akan menimbulkan pengalaman positif bagi pengguna, sehingga mereka cenderung memiliki keinginan yang lebih tinggi untuk mencoba dan terus menggunakan layanan tersebut, begitu pun sebaliknya.

Sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Fred Davis (1998) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh langsung terhadap niat perilaku *(behavioral intention)* dalam menggunakan suatu teknologi (Handayani et al., 2016). Hal ini Didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ansori, 2019), (Rodiah & Melati, 2020), (Febriyani, 2018), (Ong & MN, 2022) dan (Priambodo & Prabawani, 2016) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology.*

2.2.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech

Kepercayaan merupakan faktor penting yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan layanan *financial technology* (fintech). Dalam konteks ini, kepercayaan berkaitan dengan keyakinan pengguna bahwa layanan fintech mampu memberikan keamanan, menjaga kerahasiaan data pribadi, serta menjalankan transaksi secara jujur dan dapat diandalkan. Ketika pengguna merasa bahwa suatu platform fintech memiliki sistem yang aman, transparan, dan terpercaya, maka mereka akan lebih yakin untuk melakukan transaksi dan menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan, begitu pun sebaliknya.

Sejalan dengan Gharaibeh (2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh langsung terhadap niat penggunaan *(intention to adopt)* fintech, dimana semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Hal ini dibuktikan dalam penelitian terdahulu oleh (Syafitri, 2020), (Bella et al., 2023), (Fathur et al., 2025), (Hasanah et al., 2024) dan (Wardana et al., 2024) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna fintech. Dan menyatakan bahwa kepercayaan berperan penting dalam keputusan konsumen untuk menggunakan suatu layanan.

2.2.4 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan

Persepsi manfaat merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna dalam menggunakan layanan fintech. Secara umum, persepsi manfaat diartikan sebagai keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi dapat memberikan keuntungan, meningkatkan efektivitas, mempermudah aktivitas, serta meningkatkan kinerja dalam menyelesaikan berbagai kebutuhan transaksi. Ketika pengguna merasakan manfaat yang tinggi dari layanan fintech, maka tingkat kepercayaan terhadap layanan tersebut cenderung meningkat. Begitu pula sebaliknya, apabila manfaat yang dirasakan rendah, maka kepercayaan pengguna juga dapat menurun. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki hubungan positif terhadap kepercayaan. Artinya, semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan fintech. Hal ini dikarenakan manfaat seperti kemudahan bertransaksi, efisiensi waktu, kecepatan layanan, serta kemudahan akses dapat meningkatkan keyakinan

pengguna terhadap kualitas, keamanan, dan keandalan platform fintech yang digunakan.

Hubungan ini dapat dijelaskan melalui kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis. Dalam teori ini dijelaskan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna. Ketika pengguna meyakini bahwa suatu sistem mampu memberikan manfaat, meningkatkan efektivitas, mempermudah pekerjaan, dan membantu mencapai tujuan yang diinginkan, maka tingkat kepercayaan terhadap teknologi tersebut akan semakin tinggi. Sebaliknya, apabila manfaat yang dirasakan rendah, maka kepercayaan pengguna terhadap teknologi juga cenderung menurun. Oleh karena itu, semakin besar manfaat yang dirasakan dari penggunaan layanan fintech, semakin tinggi pula kepercayaan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan kualitas layanan fintech tersebut (Aziziyah, 2021).

Hal ini dibuktikan dalam penelitian terdahulu (Kurnianingsih & Maharani, 2020), (Nurwila & Syaefulloh, 2026), dan (Nurhayati & Gunawan, 2024).

2.2.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan

Kemudahan penggunaan *(perceived ease of use)* merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna terhadap suatu teknologi, khususnya dalam konteks fintech. Kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang meyakini bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan mudah, tidak memerlukan usaha yang besar, serta dapat dipahami dengan cepat. Ketika layanan fintech dirasakan mudah digunakan seperti tampilan aplikasi yang sederhana, proses transaksi yang jelas, dan fitur yang mudah

dipahami maka pengguna akan merasa lebih nyaman dan tidak ragu dalam mengoperasikannya. Rasa nyaman ini secara langsung mendorong terbentuknya kepercayaan, karena sistem yang mudah digunakan dianggap lebih transparan, dapat dikontrol, dan meminimalkan potensi kesalahan.

Hal ini dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred D. Davis dan dikembangkan lebih lanjut oleh Viswanath Venkatesh. Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa *perceived ease of use* merupakan salah satu determinan utama dalam penerimaan teknologi, yang tidak hanya mempengaruhi persepsi kegunaan tetapi juga membentuk kepercayaan pengguna. Dalam pengembangan teori terkini seperti UTAUT, kemudahan penggunaan dipandang mampu mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan keyakinan pengguna terhadap sistem. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan yang dirasakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan fintech (Wijaya et al., 2024).

Hal ini dibuktikan dalam penelitian terdahulu oleh (Rodiah & Melati, 2020), (Prathama & Sahetapy, 2019), (Kamila et al., 2025), (Gunarsih & Dyah Febriyani, 2025) dan (Isaura et al., 2023).

2.2.6 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Fintech Dimediasi oleh Kepercayaan

Persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap minat generasi Z dalam menggunakan fintech, terutama melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi. Persepsi manfaat mencerminkan keyakinan pengguna bahwa penggunaan fintech dapat memberikan berbagai keuntungan, seperti kemudahan transaksi, efisiensi waktu, peningkatan produktivitas, dan kemudahan akses layanan keuangan.

Ketika sesorang merasakan manfaat yang tinggi dari penggunaan fintech, maka hal tersebut akan meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut. Tingginya kepercayaan kemudian berdampak pada meningkatnya minat untuk menggunakan fintech. Sebaliknya, apabila manfaat yang dirasakan rendah, maka kepercayaan pengguna juga cenderung menurun sehingga minat untuk menggunakan fintech menjadi lebih rendah. Dengan demikian, kepercayaan berperan sebagai variabel yang menjembatani pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan fintech.

Hubungan ini didukung oleh teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Viswanath Venkatesh. Dalam teori ini dijelaskan bahwa keyakinan pengguna terhadap manfaat yang diperoleh dari suatu teknologi dapat memengaruhi penerimaan dan niat penggunaannya. Kepercayaan menjadi faktor penting yang menjembatani pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan teknologi. Ketika pengguna merasakan bahwa layanan fintech memberikan manfaat yang nyata, seperti kemudahan, efisiensi, dan efektivitas dalam melakukan transaksi keuangan, maka kepercayaan terhadap layanan tersebut akan meningkat. Tingginya kepercayaan tersebut selanjutnya akan mendorong minat generasi Z untuk menggunakan fintech. Dengan demikian, persepsi manfaat yang tinggi dapat meningkatkan minat menggunakan fintech secara tidak langsung melalui peningkatan kepercayaan pengguna (Kurnianingsih & Maharani, 2020).

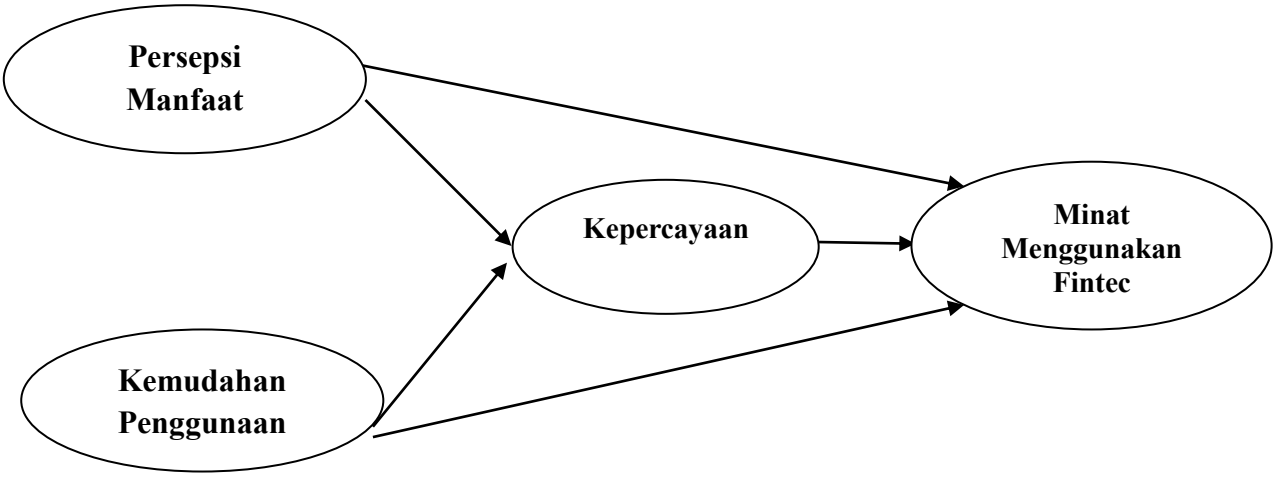
Hal ini dibuktikan dalam penelitian sebelumnya yaitu, (Nurhayati & Gunawan, 2024), (Gusmeri & Huseno, 2024) dan (Apriani et al., 2025).

2.2.7 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Dimediasi oleh Kepercayaan

Kemudahan penggunaan berperan penting dalam mempengaruhi minat generasi Z untuk memanfaatkan layanan fintech, khususnya melalui kepercayaan sebagai variabel perantara. Konsep kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh mana suatu sistem dapat dipahami dan dioperasikan tanpa membutuhkan usaha yang besar. Ketika pengguna menilai bahwa aplikasi fintech mudah digunakan ditandai dengan tampilan yang sederhana, fitur yang intuitif, serta alur transaksi yang jelas maka akan muncul rasa nyaman dan keyakinan dalam penggunaannya. Hal ini mendorong terbentuknya kepercayaan terhadap layanan tersebut, yang selanjutnya meningkatkan keinginan untuk menggunakan fintech. Sebaliknya, apabila sistem dianggap rumit atau membingungkan, maka tingkat kepercayaan akan menurun dan berdampak pada rendahnya minat penggunaan.

Secara teoritis, hubungan ini didukung oleh *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* yang dikembangkan oleh Viswanath Venkatesh. Teori ini menjelaskan bahwa tingkat kemudahan dalam penggunaan teknologi mampu meningkatkan keyakinan pengguna terhadap sistem, sehingga memperkuat peran kepercayaan dalam memediasi niat penggunaan. Dalam perkembangan teori terkini, kepercayaan dipandang sebagai elemen kunci yang menjembatani persepsi kemudahan dengan perilaku adopsi teknologi. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan, maka semakin besar pula kepercayaan dan kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan layanan fintech (Hafifah et al., 2022).

Hal ini didukung oleh peneliti sebelumnya seperti (Gunarsih & Dyah Febriyani, 2025), (Wijaya et al., 2024), dan (Riyadi et al., 2024).



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu penjelasan sementara perilaku atau keadaan tertentu yang telah terjadi, Hipotesis menurut (Sugiyono, 2020), adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. berdasarkan batasan dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya. maka hipotesis dalam penelitian ini adalah

1. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech pada generasi Z.
2. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech pada generasi Z.
3. Kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech pada generasi Z.
4. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap Kepercayaan pada generasi Z.
5. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap Kepercayaan pada generasi Z.

6. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech dimediasi kepercayaan pada generasi Z.
7. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech dimediasi kepercayaan pada generasi Z.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini ditinjau dari metode penjelasannya dan bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat), sehingga mencerminkan jenis atau bentuk penelitian yang digunakan. Dalam hal ini, penelitian menerapkan pendekatan asosiatif dan kuantitatif. pendekatan assosiatif adalah suatu pendekatan dimana untuk mengetahui bahwa adanya hubungan pengaruh atau pengaruh diantara kedua variabel yaitu variabel bebas (*Independent Variable)* dan variabel terikat (*Dependent Variable)* (TARI, 2025)

Menurut Sugiyono (2020) pendekatan asosiatif adalah pendekatan yangdilakukan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Menurut Sugiyono (2020) metode kuantitatif juga dapat diartikan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data melalui instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan yang rinci dan terukur mengenai suatu variabel atau konsep dalam penelitian, yang menggambarkan cara variabel tersebut diamati atau diukur secara empiris. Menurut Sugiyono (2020) adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Adapun yang menjadi defenisi operasional dalam

penelitian ini meliputi:

3.2.1 Minat Menggunakan Fintech (Y)

Minat menggunakan fintech dapat dipahami sebagai niat pengguna dalam menggunakan layanan fintech, yang dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan (Jumiati et al., 2025).

Tabel 3. 1 Indikator Minat Menggunakan Fintech

No	Indikator	Skala
1	Rasa ingin menggunakan	Likert
2	Keadaan selalu menggunakan	Likert
3	Dorongan untuk terus menggunakan di masa yang akan datang	Likert

Sumber: Khoiriyah et al., (2020)

3.2.2 Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat adalah persepsi kebermanfaatan yang dirasakan konsumen dengan melakukan transaksi secara online yang akan berdampak pada adanya minat konsumen untuk melakukan menggunakan fintech (Nurhayati & Gunawan, 2024).

Tabel 3. 2 Indikator Persepsi Manfaat

No	Indikator	Skala
1	Meningkatkan kinerja	Likert
2	Bermanfaat bagi pengguna	Likert
3	Meningkatkan produktivitas	Likert
4	Meningkatkan efektifitas	Likert

Sumber: Aziziyah (2021)

3.2.3 Kemudahaan Penggunaan (X2)

Kemudahan penggunaan (perceived ease of use) merupakan tingkat keyakinan individu bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar (Wicaksono, 2022).

Tabel 3. 3 Indikator Kemudahan Penggunaan

No	Indikator	Skala

1	Kemudahan akses	Likert
2	Kesederhanaan proses	Likert
3	Kecepatan layanan	Likert
4	Kejelasan sistem (transparansi)	Likert
5	Kemudahan memahami teknologi	Likert

Sumber: Rahardjo, (2021)

3.2.4 Kepercayaan (Z)

Kepercayaan adalah keyakinan pengguna terhadap suatu sistem atau layanan yang didasarkan pada aspek keamanan, reputasi, dan kualitas informasi, sehingga pengguna merasa aman dan bersedia menggunakan layanan tersebut (Jumiati et al., 2025).

Tabel 3. 4 Indikator Kepercayaan

No	Indikator	Skala
1	Kesungguhan / Ketulusan (*Benevolence*)	Likert
2	Kemampuan (*Ability*)	Likert
3	Integritas (*Integrity*)	Likert
4	Ketergantungan (*Willingness to Depend*)	Likert
5	Keterbukaan (*Oppenness*)	Likert

Sumber: Kotler & Keller, (2016)

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Medan Denai kelurahan Denai.

3.3.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan mulai dari bulan Maret 2026 sampai Juli 2026. Rencana kegiatan penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Skedul Rencana Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Waktu Penelitian (2026)																			
		Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul	■																			
2	Riset awal		■	■																	
3	Pembuatan Tugas Akhir				■	■	■	■													
4	Bimbingan Tugas Akhir								■	■	■										

No	Kegiatan Penelitian	Waktu Penelitian (2026)																			
		Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
5	Seminar Tugas Akhir																				
6	Riset																				
7	Penyusunan Skripsi																				
8	Bimbingan Skripsi																				
9	Sidang Meja Hijau																				

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2020) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek dan objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh generasi Z di wilayah Medan Denai Kelurahan Denai.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2020) dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan teknik Sampling Kuota yaitu teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Mengingat jumlah populasi yang besar dan terbatasnya waktu penelitian maka penulis menetapkan kuota atas sampel yang akan diambil sebanyak 384 orang responden mahasiswa generasi z di wilayah Medan Denai.

$$\boldsymbol{n = (Z\text{^}2 \times P \times (1 - P)) / E\text{^}2}$$

Keterangan:

n: Ukuran sampel yang diperlukan.

Z: Skor Z sesuai tingkat kepercayaan (misalnya, 1,96 untuk 95% tingkat

kepercayaan).

P: Proporsi populasi yang diasumsikan (default 0,5 jika tidak ada informasi sebelumnya).

E: Margin of error yang diinginkan (misalnya, 0,05 untuk 5%).

Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh jumlah sampel sebesar 384 responden. Selanjutnya, pemilihan responden dilakukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan agar sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan karakteristik populasi dan kebutuhan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Termasuk dalam kelompok Generasi Z, yaitu responden yang berusia 14–29 tahun pada saat penelitian dilakukan.
2. Berdomisili di Kelurahan Denai, Kecamatan Medan Denai, yang dibuktikan berdasarkan tempat tinggal responden.
3. Aktif menggunakan minimal satu aplikasi e-wallet, seperti GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, atau LinkAja.
4. Telah menggunakan atau aktif menggunakan aplikasi e-wallet tersebut sekurang-kurangnya selama 3 bulan terakhir.

Dengan demikian, responden yang tidak memenuhi salah satu kriteria tersebut tidak termasuk dalam sampel penelitian. Penerapan kriteria purposive sampling ini dilakukan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang relevan dengan penggunaan e-wallet, sehingga mampu memberikan informasi yang sesuai dengan variabel yang diteliti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data

yang diperoleh dan harus diolah kembali, yaitu kuesioner. Dalam melakukan pengumpulan data yang berhubungan dengan yang akan dibahas dilakukan langsung dilakukan dengan dengan cara metode kuesioner. Metode kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan serta informasi yang diperlukan.

Skala yang dipakai dalam penyusunan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam Pengkurannya, setiap responden diminta pendapatnya mengenai suatu pertanyaan dengan skala penilaian sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Skala Likert

No	Notasi	Pertanyaan	Bobot
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	KS	Kurang Setuju	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Juliandi et al., 2018)

Sebelum melakukan pengumpulan data, seluruh kuesioner harus dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan uji Analisa *Outer Model* pada SEM PLS.

3.6 Teknik Analisis Data

Data ini akan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis statistik yakni partial *Least Square – Structural equestion* model (PLSSEM) yang bertujuan untuk melakukan analisis jalur (*Path*) dengan variabel laten. Analisis ini sering disebut sebagai generasi kedua dari analisis

multivariate(Latan & Ghozali, 2015) Analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi).

Tujuan dari penggunaan (*Partial Least Square*) PLS yaitu untuk melakukan prediksi. Yang mana dalam melakukan prediksi tersebut adalah untuk memprediksi hubungan antar konstruk, selain itu untuk membantu peneliti dan penelitiannya untuk mendapatkan nilai variabel laten yang bertujuan untuk melakukan pemprediksian. Variabel laten adalah linear agregat dari indikator indikatornya. *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana *Inner Model* (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan *Outer Model* (model pengukuran yaitu hubungan antar indikator dengan konstruknya) dispesifikasi. Hasilnya adalah residual variance dari variabel dari variabel dependen (kedua variabel laten dan indikator) diminimunkan.

PLS merupakan metode analisis yang powerfull oleh karena tidak didasarkan banyak asumsi dan data tidak harus berdistribusi normal multivariate (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama). Pengujian model struktural dalam PLS dilakukan dengan bantuan software *Smart PLS ver. 3 for Windows*.

Menurut Latan & Ghozali (2015) Ada dua tahapan kelompok untuk menganalisis SEM-PLS yaitu analisis model pengukuran (*Outer Model*), yakni (a) validitas konvergen (*Convergent Validity*); (b) realibilitas dan validitas

konstruk (*Construct Reliability And Validity*); dan (c) validitas diskriminan (*Discriminant Validity*) serta analisis model struktural (*inner model*), yakni (a) koefisien determinasi *(R-Square*); (b*) f-square*; dan (c) pengujian hipotesis (Hair et al., 2022). Estimasi parameter yang didapat dengan (*Partial Least Square*) PLS dapat dikategorikan sebagai berikut: kategori pertama, adalah weight estimate yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kategori kedua, mencerminkan estimasi jalur (*Path Estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan blok indikatornya (*Loading*). Kategori ketiga adalah berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi tersebut, *(Partial Least Square*) PLS menggunakan proses literasi tiga tahap dan dalam setiap tahapnya menghasilkan estimasi yaitu sebagai berikut:

1. Menghasilkan *weight estimate*.
2. Menghasilkan estimasi untuk *Inner Model* dean outer model.
3. Menghasilkan estimasi means dan lokasi (konstanta).

Dalam metode (*Partial Least Square*) PLS teknik analisa yang dilakukan adalah sebagai berikut:

3.6.1 Analisis Outer Model

Analisa *Outer Model* dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Dalam analisa model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator indikatornya. Analisa *Outer Model* dapat dilihat dari beberapa indikator:

Convergent Validity adalah indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antar item *Score/Component Score* dengan *Construct Score*, yang dapat dilihat dari *Standardized Loading Factor* yang mana menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi > 0,7 dengan konstruk yang ingin diukur, nilai *Outer Loading* antara 0,5-0,6 sudah dianggap cukup.

Discriminant Validity merupakan model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan Crossloading pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan ukuran blok mereka lebih baik dibandingkan dengan blok lainnya. Sedangkan menurut model lain untuk menilai *Discriminant Validity* yaitu dengan membandingkan nilai *Squareroot Of Average Variance Extracted* (AVE).

Composite Reliability merupakan indikator untuk mengukur suatu konstruk yang dapat dilihat pada *View Latent Variable Coefficient*. Untuk mengevaluasi *Composite Reliability* terdapat dua alat ukur yaitu *Internal Consistency* dan *Cronbach's Alpha.* Dengan pengukuran tersebut apabila nilai yang dicapai adalah > 0,70 maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi.

Loading factor adalah standar estimasi yang menghubungkan faktor dengan indikator, dimana loading factor memiliki standar 0 sampai dengan 1. Secara umum nilai dari loading factor harus > 0,60 sehingga mengindikasikan bahwa nilai tersebut diatas nilai *error variance*, tetapi apabila nilai loading factor < 0,60 maka indikator tersebut harus dikeluarkan atau tidak digunakan

karena *error variance* melebihi 50%. Pendapat lain menyebutkan bahwa untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran, nilai loading factor 0,5 - 0,6 masih dianggap cukup memenuhi syarat. *Cronbach's Alpha* merupakan uji reliabilitas yang dilakukan merupakan hasil dari *Composite Reliability*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7 (Latan & Ghozali, 2015).

3.6.2 Analisis Inner Model

Analisis Inner Model biasanya juga disebut dengan *(Inner Relation, Structural Model Dan Substantive Theory*) yang mana menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada *Substantive Theory*. Analisa Inner Model dapat dievaluasi yaitu dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk predictive dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam pengevaluasi Inner Model dengan *(Partial Least Square)* PLS dimulai dengan cara melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Kemudian dalam penginterpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah memiliki pengaruh yang substantive. Selain melihat nilai *R-square*, pada *model (Partial Least Square)* PLS juga dievaluasi dengan melihat nilai *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameter. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *Predictive Relevance*, sedangkan apanilai nilai Q-square kurang dari 0 (nol), maka menunjukkan bahwa model kurang memiliki *Predictive Relevance* (Latan &

Ghozali, 2015).

3.6.3 Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistic Dalam pengujian maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah Ha diterima dan H0 ditolak ketika t-statistik > 1,96. Untuk menolak/menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka Ha diterima jika nilai probabilitas < 0,05. Hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistic (Latan & Ghozali, 2015).

1. *Direct Effect* (Pengaruh Langsung)

   Analisis *direct effect* berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Kriteria :

   1) Koefisien jalur (*Path Coefficient)* :

      a. Jika nilai koefisien jalur *(Path Coefficient*) adalah positif, maka pengaruh suatu variabel terhadap adalah searah, jika nilai suatu variabel eksogen meningkat/naik, maka nilai variabel endogen juga meningkat/naik.

      b. Jika nilai koefisien jalur *(Path Coefficient*) adalah negatif, maka pengaruh suatu variabel terhadap adalah berlawan arah, jika nilai suatu variabel eksogen meningkat/naik, maka nilai variabel endogen menurun.

   2) Nilai Probabilitas/Signifikansi (P-Value) :

a. Jika nilai P-Values<0,05, maka signifikan

b. Jika nilai P-Values>0,05, maka tidak signifikan

2. *Indirect effect* (Pengaruh tidak langsung)

Analisis *indirect effect* berguna untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen) yang diantarai/dimediasi oleh suatu variabel intervening (variabel mediator). Kriteria :.

1) Koefisien jalur *(Path Coefficient)*:\

a. Jika nilai koefisien jalur (*Path Coefficient*) adalah positif, maka pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain adalah searah, jika nilai nilai suatu variabel meningkat/naik, maka nilai variabel lainnya juga meningkat/naik.

b. Jika nilai koefisien jalur (*Path Coefficient*) adalah negatif, maka pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain adalah berlawan arah, jika nilai nilai suatu variabel meningkat/naik, maka nilai variabel lainnya akan menurun/rendah.

2) Jika nilai koefisien jalur (*Path Coefficient*)

1. T Statisticnya dengan standar > 1,96, maka terdapat pengaruh signifikan, begitu juga sebaliknya jika nilai koefisien jalur (*Path Coefficient*) T Statisticnya standar < 1,96, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

2. Nilai probabilitas/signifikansi (P-Value): Jika nilai P-Values < 0.05, maka signifikan. Jika nilai *P-Values* > 0.05, maka tidak signifikan

BAB 4

PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengolah data angket dalam bentuk data yang terdiri dari 10 pernyataan untuk variabel persepsi manfaat (X1), 10 pernyataan untuk variabel kemudahan (X2), 10 pernyataan untuk variabel kepercayaan (Z) dan 10 pernyataan untuk variabel minat menggunakan *fintech*(Y). Angket yang disebarkan ini diberikan kepada 384 Gen Z pada Kecamatan Medan Denai

4.1.2 Identitas Responden

Hasil tabulasi karakteristik 384 responden diolah menggunakan program SPSS yang menghasilkan deskripsi statistik responden dalam penelitian, seperti yang tampak pada tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 4. 1 Identitas Responden

Uraian	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki – Laki	245	63.8
Perempuan	139	36.2
Jumlah	384	100
Usia		
< 25 Tahun	242	63.0
25 – 29 Tahun	124	37.0
Jumlah	384	100

Sumber: Data Diolah (2026)

Dari tabel 4.1 dapat dilihat gambaran tentang jenis kelamin dan usia. Jika dilihat dari jenis kelamin responden laki laki lebih banyak dari wanita yaitu pria 245 responden (63.8%). Dari tingkat usia < 25 tahun sebanyak 242 responden (63.0%) sedangkan 25 – 29 Tahun sebanyak 124 responden (37.0%)**.** Secara

singkat, karakteristik utama dari responden pada Tabel 4.1 adalah pria dewasa muda yang berusia kurang dari 25 tahun.

4.1.3 Jawaban Responden

4.1.3.1 Jawaban Reponden Tentang Minat Menggunakan Fintec

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel minat menggunakan *fintec* yang dirangkum dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 2 Skor Angket Untuk Variabel Minat Menggunakan *Fintec*

No.	Jawaban (Y)											
	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	139	36.2%	198	51.6%	36	9.4%	10	2.6%	1	0.3%	384	100%
2	148	38.5%	194	50.5%	32	8.3%	8	2.1%	2	0.5%	384	100%
3	144	37.5%	194	50.5%	34	8.9%	11	2.9%	1	0.3%	384	100%
4	146	38.0%	191	49.7%	37	9.6%	9	2.3%	1	0.3%	384	100%
5	155	40.4%	183	47.7%	39	10.2%	3	0.8%	4	1.0%	384	100%
6	148	38.5%	192	50.0%	37	9.6%	4	1.0%	3	0.8%	384	100%
7	144	37.5%	199	51.8%	32	8.3%	8	2.1%	1	0.3%	384	100%
8	144	37.5%	189	49.2%	45	11.7%	4	1.0%	2	0.5%	384	100%
9	160	41.7%	193	50.3%	27	7.0%	1	0.3%	3	0.8%	384	100%
10	137	35.7%	215	56.0%	28	7.3%	2	0.5%	2	0.5%	384	100%

Sumber: Data diolah (2026)

1. Jawaban responden tentang memiliki keinginan yang kuat untuk menggunakan layanan fintech dalam berbagai kebutuhan keuangan saya, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 198 Orang dengan persentase 51.6%.
2. Jawaban responden tentang tertarik untuk mencoba fitur-fitur baru yang ditawarkan oleh layanan fintech, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 194 Orang dengan persentase 50.5%.

3. Jawaban responden tentang berminat untuk terus mencari tahu informasi terbaru seputar layanan fintech, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 194 Orang dengan persentase 50.5%.
4. Jawaban responden tentang merasa yakin bahwa fintech adalah pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan saya, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 191 Orang dengan persentase 49.7%.
5. Jawaban responden tentang secara rutin menggunakan layanan fintech dalam aktivitas keuangan sehari-hari, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 183 Orang dengan persentase 47.7%.
6. Jawaban responden tentang akan memilih menggunakan fintech apabila tersedia sebagai pilihan transaksi, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 192 Orang dengan persentase 50%.
7. Jawaban responden tentang Fintech telah menjadi bagian dari kebiasaan saya dalam melakukan transaksi keuangan, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 199 Orang dengan persentase 51.8%.
8. Jawaban responden tentang berencana untuk terus menggunakan fintech sebagai metode utama transaksi keuangan saya di masa mendatang, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 189 Orang dengan persentase 49.2%.
9. Jawaban responden tentang tidak berniat untuk berhenti menggunakan layanan fintech dalam waktu dekat, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 193 Orang dengan persentase 50.3%.
10. Jawaban responden tentang akan merekomendasikan penggunaan layanan fintech kepada orang lain di sekitar saya, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 215 Orang dengan persentase 56%.

4.1.3.2 Jawaban Responden Tentang Persepsi Manfaat

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel Persepsi manfaat yang dirangkum dalam tabel sebagai berikut

Tabel 4. 3 Skor Angket Untuk Variabel Persepsi Manfaat

No.	Jawaban (X1)											
	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	129	33.6%	238	62.0%	14	3.6%	3	0.8%	0	0%	384	100%
2	118	30.7%	243	63.3%	18	4.7%	5	1.3%	0	0%	384	100%
3	113	29.4%	249	64.8%	21	5.5%	1	0.3%	0	0%	384	100%
4	140	36.5%	223	58.1%	20	5.2%	1	0.3%	0	0%	384	100%
5	116	30.2%	243	63.3%	22	5.7%	3	0.8%	0	0%	384	100%
6	104	27.1%	251	65.4%	24	6.3%	3	0.8%	2	0.5%	384	100%
7	112	31.8%	243	63.3%	18	4.7%	1	0.3%	0	0%	384	100%
8	114	29.7%	251	65.4%	16	4.2%	3	0.8%	0	0%	384	100%
9	111	28.9%	245	63.8%	27	7.0%	1	0.3%	0	0%	384	100%
10	120	31.3%	248	64.6%	14	3.6%	2	0.5%	0	0%	384	100%

Sumber: Data diolah (2026)

1. Jawaban responden tentang Menggunakan layanan fintech (OVO, GoPay, DANA, ShopeePay, dll.) meningkatkan kinerja saya dalam menyelesaikan transaksi keuangan sehari-hari, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 238 Orang dengan persentase 62%.
2. Jawaban responden tentang merasa layanan fintech memberikan manfaat nyata yang meningkatkan produktivitas dan efektivitas pengelolaan keuangan saya, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 243 Orang dengan persentase 63.8%..
3. Jawaban responden tentang Menggunakan layanan fintech membuat pekerjaan pengelolaan keuangan saya menjadi lebih baik secara keseluruhan, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 249 Orang dengan persentase 64.8%.

4. Jawaban responden tentang Layanan fintech membantu saya menyelesaikan transaksi keuangan dengan lebih cepat dan mudah dibandingkan cara konvensional, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 223 Orang dengan persentase 58.1%.
5. Jawaban responden tentang merasa penggunaan fintech secara keseluruhan sangat bermanfaat dan meningkatkan efektifitas kegiatan keuangan saya, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 243 Orang dengan persentase 63.8%.
6. Jawaban responden tentang merasa layanan fintech memberikan kemudahan yang berguna dalam mendukung berbagai aktivitas keuangan saya sehari-hari, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 251 Orang dengan persentase 65.4%.
7. Jawaban responden tentang Fintech mempermudah pekerjaan saya dalam melakukan pembayaran dan transfer dana, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 243 Orang dengan persentase 63.8%.
8. Jawaban responden tentang Penggunaan fintech membantu saya menghemat waktu dan biaya dalam melakukan transaksi keuangan, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 251 Orang dengan persentase 65.4%.
9. Jawaban responden tentang Fintech meningkatkan produktivitas saya karena saya dapat menyelesaikan lebih banyak transaksi dalam waktu yang lebih singkat, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 245 Orang dengan persentase 63.8%.
10. Jawaban responden tentang Penggunaan fintech membantu saya menyelesaikan aktivitas keuangan dengan lebih efisien dibandingkan metode

konvensional, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 248 Orang dengan persentase 64.6%.

4.1.3.3 Jawaban Responden Tentang Kemudahaan Penggunaan

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel kemudahaan penggunaan yang dirangkum dalam tabel sebagai berikut

Tabel 4. 4 Skor Angket Untuk Variabel Kemudahan Penggunaan

No.	Jawaban (X2)											
	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	142	37.0%	191	49.7%	38	9.9%	12	3.1%	1	0.3%	384	100%
2	158	41.1%	191	49.7%	26	6.8%	9	2.3%	0	0%	384	100%
3	135	35.2%	169	44.0%	56	14.6%	24	6.3%	0	0%	384	100%
4	108	28.1%	193	50.3%	53	13.8%	30	7.8%	0	0%	384	100%
5	132	34.4%	191	49.7%	46	12.0%	15	3.9%	0	0%	384	100%
6	154	40.1%	177	46.1%	42	10.9%	11	2.9%	0	0%	384	100%
7	144	37.5%	183	47.7%	49	12.8%	8	2.1%	0	0%	384	100%
8	133	34.6%	193	50.3%	44	11.5%	14	3.6%	0	0%	384	100%
9	145	37.8%	171	44.5%	49	12.8%	17	4.4%	2	0.5%	384	100%
10	151	39.3%	176	45.8%	41	10.7%	16	4.2%	0	0%	384	100%

Sumber: Data diolah (2026)

1. Jawaban responden tentang dapat mengakses layanan fintech kapan saja dan dimana saja dengan mudah melalui perangkat saya, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 248 Orang dengan persentase 64.6%.
2. Jawaban responden tentang Layanan fintech dapat diakses tanpa hambatan teknis yang berarti, sehingga mendukung aktivitas saya setiap saat, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 191 Orang dengan persentase 49.7%..
3. Jawaban responden tentang Proses transaksi pada aplikasi fintech sederhana dan tidak memerlukan banyak langkah yang rumit, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 169 Orang dengan persentase 44.0%.

4. Jawaban responden tentang Antarmuka aplikasi fintech dirancang secara jelas sehingga mudah saya pahami sejak pertama kali digunakan, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 193 Orang dengan persentase 50.3%.
5. Jawaban responden Transaksi melalui fintech berlangsung dengan cepat dan tidak membutuhkan waktu yang lama, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 191 Orang dengan persentase 49.7%.
6. Jawaban responden tentang mudah menemukan menu atau fitur yang saya butuhkan dalam aplikasi fintech, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 177 Orang dengan persentase 46.1%.
7. Jawaban responden tentang Informasi yang ditampilkan dalam aplikasi fintech (biaya, status transaksi, dll.) mudah dipahami dan transparan, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 183 Orang dengan persentase 47.7%.
8. Jawaban responden tentang dapat menggunakan aplikasi fintech secara mandiri tanpa mengalami kesulitan, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 193 Orang dengan persentase 50.3%.
9. Jawaban responden tentang Aplikasi fintech mudah dipelajari dan tidak memerlukan keahlian teknis khusus, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 171 Orang dengan persentase 44.5%.
10. Jawaban responden tentang dapat mengoperasikan seluruh fitur fintech dengan percaya diri tanpa merasa bingung, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 176 Orang dengan persentase 45.8%.

4.1.3.4 Jawaban Responden Tentang Kepercayaan

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel kepercayaan yang dirangkum dalam tabel sebagai berikut

Tabel 4. 5 Skor Angket Untuk Variabel Kepercayaan

No.	Jawaban (Z)											
	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	136	35.4%	203	52.9%	32	8.3%	12	3.1%	1	0.3%	384	100%
2	134	34.9%	209	54.4%	31	8.1%	8	2.1%	2	0.5%	384	100%
3	154	40.1%	187	48.7%	32	8.3%	10	2.6%	1	0.3%	384	100%
4	138	35.9%	188	49.0%	38	9.9%	20	5.2%	0	0%	384	100%
5	131	34.1%	213	55.5%	38	9.9%	0	0%	2	0.5%	384	100%
6	135	35.2%	203	52.9%	43	11.2%	1	0.3%	2	0.5%	384	100%
7	133	34.6%	198	51.6%	42	10.9%	11	2.9%	0	0%	384	100%
8	151	39.3%	183	47.7%	41	10.7%	9	2.3%	0	0%	384	100%
9	135	35.2%	195	50.8%	38	9.9%	16	4.2%	0	0%	384	100%
10	133	34.6%	202	52.6%	36	9.4%	13	3.4%	0	0%	384	100%

Sumber: Data diolah (2026)

1. Jawaban responden tentang percaya bahwa penyedia layanan fintech yang saya gunakan benar-benar peduli terhadap kepentingan dan kebutuhan pengguna, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 203 Orang dengan persentase 52.9%.
2. Jawaban responden tentang yakin bahwa penyedia layanan fintech bertindak dengan niat yang baik dalam setiap transaksi yang saya lakukan, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 209 Orang dengan persentase 54.5%.
3. Jawaban responden tentang percaya bahwa penyedia fintech memiliki kemampuan untuk menjaga keamanan data dan transaksi saya dengan baik, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 187 Orang dengan persentase 48.7%.

4. Jawaban responden tentang yakin sistem fintech yang saya gunakan mampu menangani transaksi keuangan saya secara andal dan akurat, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 188 Orang dengan persentase 49.9%.
5. Jawaban responden tentang percaya bahwa penyedia fintech selalu menepati janji dan menjaga kejujuran dalam setiap layanannya, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 213 Orang dengan persentase 55.5%.
6. Jawaban responden tentang yakin bahwa informasi yang diberikan oleh platform fintech kepada saya adalah benar dan dapat dipercaya, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 203 Orang dengan persentase 52.9%.
7. Jawaban responden tentang bersedia mengandalkan layanan fintech untuk mengelola transaksi keuangan saya meskipun ada kemungkinan risiko, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 198 Orang dengan persentase 51.6%.
8. Jawaban responden tentang merasa nyaman menggunakan fintech karena saya yakin penyedia layanan bertanggung jawab atas keamanan transaksi saya, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 183 Orang dengan persentase 47.7%.
9. Jawaban responden tentang merasa penyedia fintech terbuka dalam menyampaikan informasi terkait kebijakan layanan dan pengelolaan data, mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 195 Orang dengan persentase 50.8%.
10. Jawaban responden tentang percaya bahwa penyedia fintech menerapkan kebijakan privasi yang transparan sehingga data saya terlindungi dengan baik,

mayoritas responden menjawab "Setuju" sebanyak 202 Orang dengan persentase 52.6%.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Outer Model

Evaluasi terhadap model pengukuran indikator meliputi pemerikasaan individual *item reliability, internal consistency* atau *composite reliability, average variance extracted,* dan *discriminant validity.* Ketiga pengukuran pertama dikelompokan dalam *convergent validity*

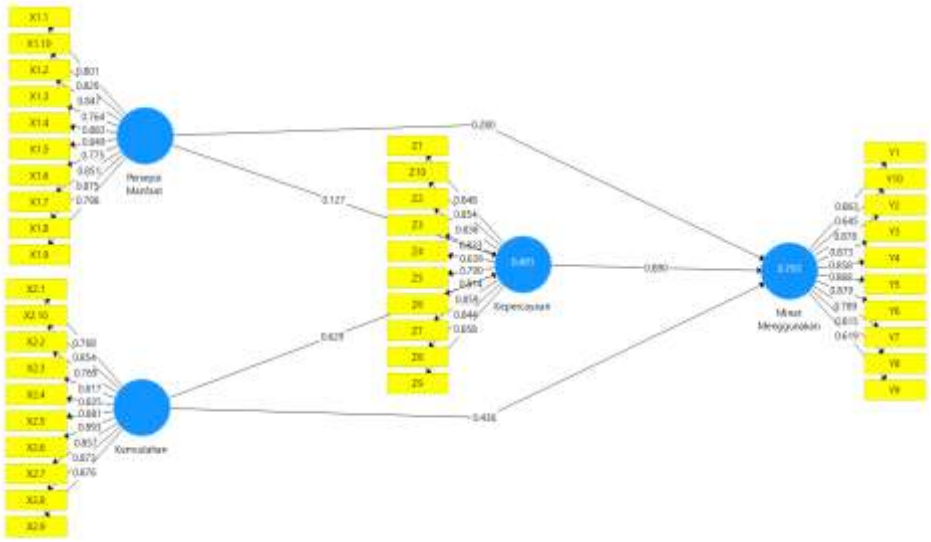
4.2.1.1 *Convergent Validity*

Convergent validity terdiri dari tiga pengujian yaitu *reliability item* (validitas tiap indikator), *composite reability,* dan *average variance extracted* (AVE). *Convergent validity* digunakan untuk mengukur seberapa besar indikator yang ada dapat menerangkan dimensi. Artinya semakin besar *convergent validity* maka semakin besar kemampuan dimensi tersebut dalam menerapkan variabel latennya.

1. *Reability Item*

Item reliabilitas atau biasa kita sebut dengan validitas indikator. Pengujian terhadap *reability item* (validitas indikator) dapat dilihat dari nilai *loading factor (standardized loading).* Nilai loading faktor ini merupakan besarnya korelasi antara antara setiap indikator dan konstraknya. Nilai *loading factor* diatas 0,7 dapat dikatakan ideal, artinya bahwa indikator tersebut dapat dikatakan valid sebagai indikator untuk mengukur konstrak. Meskipun demikian, nilai *standardized loading factor* diatas 0,5 dapat diterima. Sedangkan nilai *standardized loading factor* dibawah 0,5 dapat dikeluarkan dari model Chin

(1998). Berikut adalah nilai *reability item* yang dapat dilihat pada kolom *standardized loading:*



Gambar 4. 1 Standardized Loading Factor

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa seluruh loading bernilai lebih dari 0,5 sehingga tidak perlu disisihkan. Dengan demikian, tiap indikator telah valid untuk menjelaskan masing-masing laten variabelnya

2. *Composite Reliability*

Statistik yang digunakan dalam *composite reliability* atau reabilitas konstrak adalah cronbach's alpha dan D.G rho (PCA). *Cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk sedangkan *composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. *Rule of thumb* yang digunakan untuk nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,6 serta nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Dengan pengukuran tersebut apabila nilai yang dicapai adalah > 0,60 maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi.

Tabel 4. 6 Hasil Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kemudahan	0.954	0.961
Kepercayaan	0.945	0.953
Minat Menggunakan	0.942	0.951
Persepsi Manfaat	0.949	0.956

Sumber: Smart PLS (2026)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukan bahwa nilai *composite reliability* untuk minat menggunakan sebesar 0,951; kemudahan sebesar 0,961; persepsi manfaat sebesar 0,956; kepercayaan sebesar 0,953. Selanjutnya *cronbach's alpha* untuk minat menggunakan sebesar 0,942; kemudahan sebesar 0,954; persepsi manfaat sebesar 0,949; kepercayaan sebesar 0,945.

Average Variance Extracted (AVE) menggambarkan besaran *variance* yang mampu dijelaskan oleh item-item dibandingkan dengan varian yang disebabkan oleh *error* pengukuran. Standarnya adalah bila nilai AVE diatas 0,5 maka dapat dikatakan bahwa konstrak memiliki *convergent validity* yang baik. Artinya variabel laten dapat menjelaskan rata-rata lebih dari setengah *variance* dari indikator-indikatornya

Tabel 4. 7 Hasil Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
Kemudahan	0.710
Kepercayaan	0.672
Minat Menggunakan	0.663
Persepsi Manfaat	0.686

Sumber: Smart PLS (2026)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas menunjukan bahwa nilai AVE untuk minat menggunakan sebesar 0,663; kemudahan sebesar 0,710; persepsi manfaat sebesar 0,686; kepercayaan sebesar 0,672. Indicato memiliki AVE yang berada diatas 0,5

sehingga konstrak memiliki *convergent validity* yang baik indica indicato laten dapat menjelaskan rata-rata lebih dari setengah *variance* dari indicator-indikatornya.

4.2.1.2 *Discriminant Validity*

Pemeriksaan *discriminant validity* dari model pengukuran reflektif yang dinilai berdasarkan *cross loading* dan membandingkan antara nilai AVE dengan kuadrat korelasi antarkonstrak. Ukuran *cross loading* indica indica membandingkan korelasi indicator dengan konstraknya dan konstrak dari blok lain. *Discriminant validity* yang baik akan mampu menjelaskan indicator indikatornya lebih tinggi dibandingkan dengan menjelaskan varian dari indicator konstrak yang lain. Berikut indica nilai *discriminant validity* untuk masing-masing indicator

Tabel 4. 8 Hasil Cross Loading

	Persepsi Manfaat	Kemudahan	Minat Menggunakan	Kepercayaan
X1.1	0.801	0.345	0.366	0.272
X1.2	0.847	0.406	0.434	0.364
X1.3	0.764	0.399	0.353	0.361
X1.4	0.883	0.437	0.423	0.366
X1.5	0.849	0.418	0.373	0.344
X1.6	0.775	0.411	0.409	0.353
X1.7	0.851	0.359	0.380	0.323
X1.8	0.875	0.473	0.476	0.430
X1.9	0.798	0.420	0.375	0.359
X1.10	0.829	0.415	0.482	0.424
X2.1	0.603	0.768	0.496	0.536
X2.2	0.564	0.769	0.518	0.545
X2.3	0.361	0.817	0.426	0.534
X2.4	0.365	0.825	0.423	0.539
X2.5	0.408	0.881	0.527	0.615
X2.6	0.419	0.893	0.505	0.600
X2.7	0.372	0.857	0.487	0.605
X2.8	0.360	0.873	0.503	0.636
X2.9	0.367	0.876	0.481	0.612
X2.10	0.366	0.854	0.465	0.590

Y1	0.412	0.563	0.863	0.852
Y2	0.439	0.528	0.878	0.813
Y3	0.344	0.497	0.873	0.784
Y4	0.323	0.508	0.858	0.777
Y5	0.384	0.445	0.868	0.714
Y6	0.348	0.420	0.879	0.742
Y7	0.340	0.365	0.789	0.688
Y8	0.375	0.386	0.815	0.677
Y9	0.583	0.457	0.619	0.488
Y10	0.626	0.523	0.645	0.511
Z1	0.386	0.575	0.807	0.848
Z2	0.430	0.530	0.647	0.836
Z3	0.371	0.530	0.832	0.833
Z4	0.319	0.608	0.444	0.839
Z5	0.351	0.528	0.650	0.790
Z6	0.369	0.538	0.661	0.814
Z7	0.283	0.552	0.669	0.859
Z8	0.367	0.568	0.746	0.844
Z9	0.354	0.515	0.731	0.858
Z10	0.350	0.546	0.742	0.854

Sumber: Smart PLS (2026)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas menunjukan bahwa nilai *discriminant validity* atau *loading factor* untuk tiap variabel memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan variabelnya dibandingkan dengan variabel lainnya. Demikian pula dengan indikator -indikator tiap variabelnya. Ini menunjukkan bahwa penempatan indikator pada tiap variabelnya telah tepat

Kriteria pengukuran yang lain adalah melihat nilai Heretroit-Monotrait Ratio (HTMT). Jika nilai HTMT < 0.90 maka suatu konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik

Tabel 4. 9 Hasil Heretroit-Monotrait Ratio

	Kemudahan	**Kepercayaan**	**Minat Menggunakan**
Kemudahan			
Kepercayaan	0.732		
Minat Menggunakan	0.611	0.916	
Persepsi Manfaat	0.520	0.458	0.541

Sumber: Smart PLS (2026)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukan bahwa nilai *discriminant validity* atau *Heretroit-Monotrait Ratio* (HTMT) untuk tiap variabel memiliki korelasi yang lebih kecil dari 0.90. Demikian pula dengan indikator -indikator tiap variabelnya. Ini menunjukkan bahwa penempatan indikator pada tiap variabelnya telah tepat

Tabel 4. 10 Hasil Fornell-Larcker

	Kemudahan	Kepercayaan	Minat Menggunakan	Persepsi Manfaat
Kemudahan	0.842			
Kepercayaan	0.692	0.820		
Minat Menggunakan	0.575	0.814	0.878	
Persepsi Manfaat	0.496	0.439	0.497	0.828

Sumber: Smart PLS (2026)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas menunjukan bahwa nilai *discriminant validity* atau *Kriteria Fornell-Larcker* untuk tiap variabel memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan variabelnya dibandingkan dengan variabel lainnya. Demikian pula dengan indikator -indikator tiap variabelnya. Ini menunjukkan bahwa penempatan indikator pada tiap variabelnya telah tepat

4.2.2 Analisis Inner Model

4.2.2.1 Uji Kebaikan Model (Goodness of Fit)

Untuk memvalidasi model struktural secara keseluruhan digunakan *Goodness of Fit* (GoF). GoF indeks merupakan ukuran tunggal untuk memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran dan model struktural. Nilai GoF ini diperoleh dari akar kuadrat dari nilai rata-rata *average communalities index* (AVE) dikalikan dengan nilai R2 model. Nilai GoF terbentang antara 0 sd 1 dengan interpretasi nilai-nilai : 0.1 (Gof kecil), 0,25 (GoF moderate), dan 0.36 (GoF besar). Semakin tinggi nilai GoF, maka model dapat

dikatakan semakin baik atau semakin fit dengan data. Berikut adalah hasil perhitungan *goodness of fit* model :

Tabel 4. 11 Hasil Goodness of Fit

	Average Variance Extracted (AVE)	R Square
Kemudahan	0.710	
Kepercayaan	0.672	0.491
Minat Menggunakan	0.663	0.793
Persepsi Manfaat	0.686	
Rata Rata	0.683	0.642
Goodnes of Fit (GOF)	0.662	

Sumber: Smart PLS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas hasil rata-rata communalities adalah 0,725. Nilai ini selanjutnya dikalikan dengan R^2 dan diakarkan. Hasil perhitungan menunjukan bahwa nilai GoF sebesar 0,662 lebih dari 0,36 sehingga dikategorikan sebagai GoF besar, artinya bahwa model sangat baik (memiliki kemampuan yang tinggi) dalam menjelaskan data empiris.

4.2.2.2 Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

R-square adalah ukuran proporsi variasi nilai yang dipengaruhi (endogen) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (eksogen) ini berguna untuk memprediksi apakah model adalah baik/buruk. Hasil *r-square* untuk variabel laten endogen sebesar 0,75 mengindikasikan bahwa model tersebut adalah substansial (baik); 0,50 mengindikasikan bahwa model tersebut adalah moderat (sedang) dan 0,25 mengindikasikan bahwa model tersebut adalah lemah (buruk)

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan program smartPLS 3.0, diperoleh nilai *R-Square* yang dapat dilihat pada gambar dan tabel berikut:

Tabel 4. 12 Hasil R Square

	R Square	R Square Adjusted
Kepercayaan	0.491	0.488
Minat Menggunakan	0.793	0.792

Sumber: Smart PLS (2026)

Dari tabel 4.12 di atas diketahui bahwa pengaruh kemudahan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat menggunakan fintec dengan nilai r-square 0,793 mengindikasikan bahwa variasi nilai minat menggunakan fintec mampu dijelaskan oleh variasi nilai pengaruh kemudahan, manfaat dan kepercayaan sebesar 79.3% atau dengan kata lain bahwa model tersebut adalah substansial (baik), dan 20.7% dijelaskan oleh variabel lain.

Dari tabel 4.12 di atas diketahui bahwa pengaruh kemudahan, manfaat terhadap kepercayaan dengan nilai r-square 0,491 mengindikasikan bahwa variasi nilai kepercayaan mampu dijelaskan oleh variasi nilai pengaruh kemudahan, manfaat sebesar 49.1% atau dengan kata lain bahwa model tersebut adalah lemah (buruk), dan 50.9% dijelaskan oleh variabel lain

4.2.2.3 Uji F^2 (Size Effect / F-Square)

F-Square adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Kriteria penarikan kesimpulan adalah jika nilai F^2 sebesar 0,02 maka terdapat efek yang kecil (lemah) dari variabel eksogen terhadap endogen, nilai F^2 sebesar 0,15 maka terdapat efek yang moderat (sedang) dari variabel eksogen terhadap endogen, nilai F^2 sebesar 0,35 maka terdapat efek yang besar (baik) dari variabel eksogem terhadap endogen. Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan program smartPLS 3.0, diperoleh nilai *F-Square* yang dapat dilihat pada gambar dan tabel berikut:

Tabel 4. 13 Hasil F-Square

	Kepercayaan	Minat Menggunakan
Kemudahan	0.585	0.035
Kepercayaan		1.949
Persepsi Manfaat	0.024	0.099

Sumber: Smart PLS (2026)

Berdasarkan tabel 4.13 di atas diketahui bahwa :

1. Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan mempunyai memiliki nilai F^2 sebesar 0,035 mengindikasikan bahwa terdapat efek yang kecil (lemah).
2. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan mempunyai memiliki nilai F^2 sebesar 0,099 mengindikasikan bahwa terdapat efek yang kecil (lemah).
3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan mempunyai memiliki nilai F^2 sebesar 1.949 mengindikasikan bahwa terdapat efek yang besar (baik).
4. Pengaruh kemudahan terhadap kepercayaan mempunyai memiliki nilai F^2 sebesar 0,585 mengindikasikan bahwa terdapat efek yang besar (baik).
5. Pengaruh persepsi manfaat terhadap kepercayaan mempunyai memiliki nilai F^2 sebesar 0,024 mengindikasikan bahwa terdapat efek yang kecil (lemah).

4.2.2.4 Uji Predictive Relevance (Q2)

Para peneliti mengukur relevansi prediksi model (Q2) setelah menentukan nilai ukuran efek (f2) untuk menghitung kekuatan prediksi model. (Hair Jr et al., 2016) mengklaim bahwa Q2 mengevaluasi estimasi parameter dan nilai bawaan

model. Peneliti menghitung Q2 dengan menggunakan prosedur blindfolding dari PLS yang mencapai hasil estimasi dari skor variabel. Selain itu, peneliti memperoleh skor variabel dari skor redundansi yang divalidasi silang. Prediksi konstruksi endogen ditentukan oleh hasil validasi silang yang diekstraksi, yang juga menunjukkan tingkat kualitas model. Menurut (Hair Jr et al., 2016), Q2>0 dalam variabel endogen reflektif menunjukkan relevansi prediksi model, sedangkan Q2 <0 menunjukkan kurangnya kekuatan prediksi model

Tabel 4. 14 Hasil Q Square

	SSO	**SSE**	**Q^2 (=1-SSE/SSO)**
Kemudahan	3840.000	3840.000	
Kepercayaan	3840.000	2607.955	0.321
Minat Menggunakan	3840.000	1850.472	0.518
Persepsi Manfaat	3840.000	3840.000	

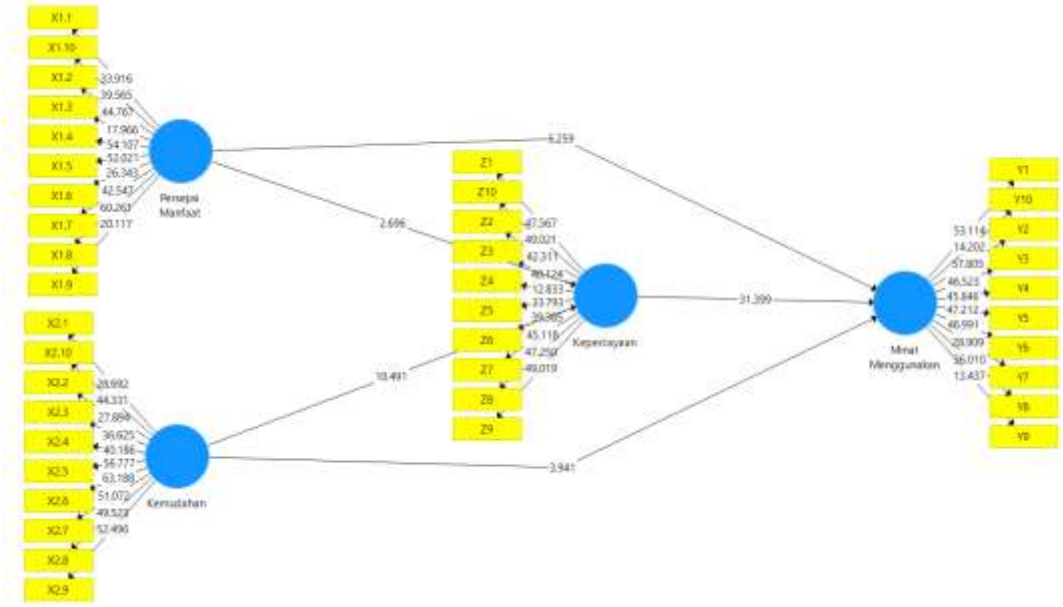
Sumber: Smart PLS (2026)

Seperti ditunjukkan pada tabel 4.14, dapat dilihat bahwa model tersebut memiliki relevansi prediksi 0,518 untuk minat menggunakan *fintec* dan 0.321 untuk kepercayaan. Berdasarkan hasil tersebut, nilai Q2 konstruk endogen jauh di atas nol. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model tersebut memiliki predictive relevance yang baik

4.2.3 Pengujian Hipoteis

Pengujian ini adalah untuk menentukan koefisien jalur dari model struktural. Tujuannya adalah menguji signifikansi semua hubungan atau pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dibagi menjadi pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan program smart PLS 3.0, gambar hasil uji

hipotesis pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dilihat pada gambar *path coefficient* berikut ini



Gambar 4. 2 Hasil Uji Hipotesis

4.2.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Langsung

Hasil uji hipotesis pengaruh langsung dapat dilihat pada tabel path coefficient berikut ini :

Tabel 4. 15 Uji Hipotesis Secara Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Kemudahan -> Kepercayaan	0.629	0.623	0.060	10.491	0.000
Kemudahan -> Minat Menggunakan	0.123	0.123	0.031	3.941	0.000
Kepercayaan -> Minat Menggunakan	0.890	0.889	0.028	31.399	0.000
Persepsi Manfaat -> Kepercayaan	0.127	0.131	0.047	2.696	0.007
Persepsi Manfaat ->	0.167	0.169	0.027	6.259	0.000

Minat Menggunakan					

Sumber: Smart PLS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat dinyatakan bahwa pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan mempunyai koefisien jalur sebesar 0,167. Pengaruh tersebut mempunyai nilai probabilitas (p-values) sebesar 0,000 < 0,05, berarti persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada Gen Z di Medan Denai
2. Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan mempunyai koefisien jalur sebesar 0,123. Pengaruh tersebut mempunyai nilai probabilitas (p-values) sebesar 0,000 < 0,05, berarti kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada Gen Z di Medan Denai
3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan mempunyai koefisien jalur sebesar 0,890. Pengaruh tersebut mempunyai nilai probabilitas (p-values) sebesar 0,000 < 0,05, berarti kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada Gen Z di Medan Denai
4. Pengaruh manfaat terhadap kepercayaan mempunyai koefisien jalur sebesar 0,127. Pengaruh tersebut mempunyai nilai probabilitas (p-values) sebesar 0,007 < 0,05, berarti persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada Gen Z di Medan Denai
5. Pengaruh kemudahan terhadap kepercayaan mempunyai koefisien jalur sebesar 0,629. Pengaruh tersebut mempunyai nilai probabilitas (p-values) sebesar 0,000 < 0,05, berarti kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada Gen Z di Medan Denai

4.2.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Langsung

Adapun pengaruh tidak langsung diantara variabel bebas dan variabel terikat pada penelitian ini dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 16 Uji Hipotesis Secara Tidak Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Kemudahan -> Kepercayaan -> Minat Menggunakan	0.559	0.554	0.057	9.812	0.000
Persepsi Manfaat -> Kepercayaan -> Minat Menggunakan	0.113	0.116	0.041	2.749	0.006

Sumber: Smart PLS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat dinyatakan bahwa pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *fintech* melalui kepercayaan mempunyai koefisien jalur sebesar 0,113. Pengaruh tersebut mempunyai nilai probabilitas (p-values) sebesar 0,006 < 0,05, berarti kepercayaan mampu memediasi pengaruh persespsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada Gen Z di Medan Denai
2. Pengaruh kemudahaan terhadap minat menggunakan *fintech* melalui kepercayaan mempunyai koefisien jalur sebesar 0,559. Pengaruh tersebut mempunyai nilai probabilitas (p-values) sebesar 0,000 < 0,05, berarti kepercayaan mampu memediasi pengaruh kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada Gen Z di Medan Denai

4.3 Pembahasan

Hasil temuan dalam penelitian ini adalah mengenai hasil temuan penelitian ini terhadap kesesuaian teori, pendapat maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan hasil penelitian sebelumnya serta pola perilaku yang harus dilakukan untuk mengatasi hal-hal tersebut. Berikut ini ada tujuh bagian utama yang akan dibahas dalam analisis hasil temuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

4.3.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Fintech

Pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan mempunyai koefisien jalur sebesar 0,167. Pengaruh tersebut mempunyai nilai probabilitas (p-values) sebesar 0,000 < 0,05, berarti persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada Gen Z di Medan Denai

Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *financial technology* (fintech) dapat dijelaskan melalui bagaimana individu menilai manfaat dan kegunaan yang diperoleh dari penggunaan layanan tersebut. Persepsi manfaat mencerminkan keyakinan seseorang bahwa penggunaan fintech dapat memberikan keuntungan, seperti mempermudah transaksi keuangan, menghemat waktu, meningkatkan efisiensi, serta membantu dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Ketika seseorang merasa bahwa fintech mampu memberikan manfaat yang nyata dan mendukung kebutuhannya, maka minat untuk menggunakan layanan fintech akan semakin meningkat. Sebaliknya, apabila manfaat yang dirasakan rendah atau pengguna tidak merasakan adanya keuntungan yang signifikan dari penggunaan fintech, maka minat untuk menggunakan layanan tersebut cenderung menurun. Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi manfaat

yang dirasakan oleh pengguna, semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan layanan financial technology (fintech).

Hal ini sejalan dengan model penerimaan teknologi *(Technology Acceptance Model/TAM)* yang dikemukakan oleh Fred D. Davis yang menyatakan bahwa persepsi manfaat *(perceived usefulness)* merupakan keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi akan meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat dalam aktivitasnya. Dalam konteks fintech, semakin besar manfaat yang dipersepsikan oleh pengguna, seperti kemudahan transaksi, efisiensi waktu, dan peningkatan efektivitas dalam pengelolaan keuangan, maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, apabila manfaat yang dirasakan rendah, maka minat menggunakan fintech juga cenderung menurun (Kurnianingsih & Maharani, 2020).

Temuan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Nurhayati & Gunawan, 2024), (Nurwila & Syaefulloh, 2026), serta (Khoiriyah et al., 2025) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Financial Technology* (fintech).

4.3.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech

Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan mempunyai koefisien jalur sebesar 0,123. Pengaruh tersebut mempunyai nilai probabilitas (p-values) sebesar 0,000 < 0,05, berarti kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada Gen Z di Medan Denai

Kemudahan penggunaan *(perceived ease of use)* merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan layanan

financial technology (fintech). Ketika suatu aplikasi fintech dirancang dengan tampilan yang sederhana, mudah dipahami, serta tidak membutuhkan usaha yang besar untuk dipelajari, maka pengguna akan merasa lebih nyaman dan tidak mengalami kesulitan dalam mengoperasikannya. Kondisi ini akan menimbulkan pengalaman positif bagi pengguna, sehingga mereka cenderung memiliki keinginan yang lebih tinggi untuk mencoba dan terus menggunakan layanan tersebut, begitu pun sebaliknya.

Sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Fred Davis (1998) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh langsung terhadap niat perilaku *(behavioral intention)* dalam menggunakan suatu teknologi (Handayani et al., 2016). Hal ini Didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ansori, 2019), (Rodiah & Melati, 2020), (Febriyani, 2018), (Ong & MN, 2022) dan (Priambodo & Prabawani, 2016) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology.*

4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech

Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan mempunyai koefisien jalur sebesar 0,890. Pengaruh tersebut mempunyai nilai probabilitas (p-values) sebesar 0,000 < 0,05, berarti kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada Gen Z di Medan Denai

Kepercayaan merupakan faktor penting yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan layanan *financial technology* (fintech). Dalam konteks ini, kepercayaan berkaitan dengan keyakinan pengguna bahwa layanan fintech mampu memberikan keamanan, menjaga kerahasiaan data pribadi, serta

menjalankan transaksi secara jujur dan dapat diandalkan. Ketika pengguna merasa bahwa suatu platform fintech memiliki sistem yang aman, transparan, dan terpercaya, maka mereka akan lebih yakin untuk melakukan transaksi dan menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan, begitu pun sebaliknya.

Sejalan dengan Gharaibeh (2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh langsung terhadap niat penggunaan *(intention to adopt)* fintech, dimana semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Hal ini dibuktikan dalam penelitian terdahulu oleh (Syafitri, 2020), (Bella et al., 2023), (Fathur et al., 2025), (Hasanah et al., 2024) dan (Wardana et al., 2024) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna fintech. Dan menyatakan bahwa kepercayaan berperan penting dalam keputusan konsumen untuk menggunakan suatu layanan.

4.3.4 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan

Pengaruh manfaat terhadap kepercayaan mempunyai koefisien jalur sebesar 0,127. Pengaruh tersebut mempunyai nilai probabilitas (p-values) sebesar 0,007 < 0,05, berarti persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada Gen Z di Medan Denai

Persepsi manfaat merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna dalam menggunakan layanan fintech. Secara umum, persepsi manfaat diartikan sebagai keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi dapat memberikan keuntungan, meningkatkan efektivitas, mempermudah aktivitas, serta meningkatkan kinerja dalam menyelesaikan berbagai kebutuhan transaksi. Ketika pengguna merasakan

manfaat yang tinggi dari layanan fintech, maka tingkat kepercayaan terhadap layanan tersebut cenderung meningkat. Begitu pula sebaliknya, apabila manfaat yang dirasakan rendah, maka kepercayaan pengguna juga dapat menurun. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki hubungan positif terhadap kepercayaan. Artinya, semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan fintech. Hal ini dikarenakan manfaat seperti kemudahan bertransaksi, efisiensi waktu, kecepatan layanan, serta kemudahan akses dapat meningkatkan keyakinan pengguna terhadap kualitas, keamanan, dan keandalan platform fintech yang digunakan.

Hubungan ini dapat dijelaskan melalui kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis. Dalam teori ini dijelaskan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna. Ketika pengguna meyakini bahwa suatu sistem mampu memberikan manfaat, meningkatkan efektivitas, mempermudah pekerjaan, dan membantu mencapai tujuan yang diinginkan, maka tingkat kepercayaan terhadap teknologi tersebut akan semakin tinggi. Sebaliknya, apabila manfaat yang dirasakan rendah, maka kepercayaan pengguna terhadap teknologi juga cenderung menurun. Oleh karena itu, semakin besar manfaat yang dirasakan dari penggunaan layanan fintech, semakin tinggi pula kepercayaan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan kualitas layanan fintech tersebut (Aziziyah, 2021).

Hal ini dibuktikan dalam penelitian terdahulu (Kurnianingsih & Maharani, 2020), (Nurwila & Syaefulloh, 2026), dan (Nurhayati & Gunawan, 2024).

4.3.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan

Pengaruh kemudahan terhadap kepercayaan mempunyai koefisien jalur sebesar 0,629. Pengaruh tersebut mempunyai nilai probabilitas (p-values) sebesar 0,000 < 0,05, berarti kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada Gen Z di Medan Denai

Kemudahan penggunaan *(perceived ease of use)* merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna terhadap suatu teknologi, khususnya dalam konteks fintech. Kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang meyakini bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan mudah, tidak memerlukan usaha yang besar, serta dapat dipahami dengan cepat. Ketika layanan fintech dirasakan mudah digunakan seperti tampilan aplikasi yang sederhana, proses transaksi yang jelas, dan fitur yang mudah dipahami maka pengguna akan merasa lebih nyaman dan tidak ragu dalam mengoperasikannya. Rasa nyaman ini secara langsung mendorong terbentuknya kepercayaan, karena sistem yang mudah digunakan dianggap lebih transparan, dapat dikontrol, dan meminimalkan potensi kesalahan.

Hal ini dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred D. Davis dan dikembangkan lebih lanjut oleh Viswanath Venkatesh. Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa *perceived ease of use* merupakan salah satu determinan utama dalam penerimaan teknologi, yang tidak hanya mempengaruhi persepsi kegunaan tetapi juga membentuk kepercayaan pengguna. Dalam pengembangan teori terkini seperti UTAUT, kemudahan penggunaan dipandang mampu mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan keyakinan pengguna terhadap sistem. Dengan demikian, semakin

tinggi tingkat kemudahan penggunaan yang dirasakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan fintech (Wijaya et al., 2024).

Hal ini dibuktikan dalam penelitian terdahulu oleh (Rodiah & Melati, 2020), (Prathama & Sahetapy, 2019), (Kamila et al., 2025), (Gunarsih & Dyah Febriyani, 2025) dan (Isaura et al., 2023).

4.3.6 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Fintech Mahasiswa Dimediasi oleh Kepercayaan

Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *fintech* melalui kepercayaan mempunyai koefisien jalur sebesar 0,113. Pengaruh tersebut mempunyai nilai probabilitas (p-values) sebesar 0,006 < 0,05, berarti kepercayaan mampu memediasi pengaruh persespsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada Gen Z di Medan Denai

Persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap minat generasi Z dalam menggunakan fintech, terutama melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi. Persepsi manfaat mencerminkan keyakinan pengguna bahwa penggunaan fintech dapat memberikan berbagai keuntungan, seperti kemudahan transaksi, efisiensi waktu, peningkatan produktivitas, dan kemudahan akses layanan keuangan. Ketika sesorang merasakan manfaat yang tinggi dari penggunaan fintech, maka hal tersebut akan meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut. Tingginya kepercayaan kemudian berdampak pada meningkatnya minat untuk menggunakan fintech. Sebaliknya, apabila manfaat yang dirasakan rendah, maka kepercayaan pengguna juga cenderung menurun sehingga minat untuk menggunakan fintech menjadi lebih rendah. Dengan demikian, kepercayaan

berperan sebagai variabel yang menjembatani pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan fintech.

Hubungan ini didukung oleh teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Viswanath Venkatesh. Dalam teori ini dijelaskan bahwa keyakinan pengguna terhadap manfaat yang diperoleh dari suatu teknologi dapat memengaruhi penerimaan dan niat penggunaannya. Kepercayaan menjadi faktor penting yang menjembatani pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan teknologi. Ketika pengguna merasakan bahwa layanan fintech memberikan manfaat yang nyata, seperti kemudahan, efisiensi, dan efektivitas dalam melakukan transaksi keuangan, maka kepercayaan terhadap layanan tersebut akan meningkat. Tingginya kepercayaan tersebut selanjutnya akan mendorong minat generasi Z untuk menggunakan fintech. Dengan demikian, persepsi manfaat yang tinggi dapat meningkatkan minat menggunakan fintech secara tidak langsung melalui peningkatan kepercayaan pengguna (Kurnianingsih & Maharani, 2020).

Hal ini dibuktikan dalam penelitian sebelumnya yaitu, (Nurhayati & Gunawan, 2024), (Gusmeri & Huseno, 2024) dan (Apriani et al., 2025).

4.3.7 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Mahasiswa Dimediasi oleh Kepercayaan

Pengaruh kemudahaan terhadap minat menggunakan *fintech* melalui kepercayaan mempunyai koefisien jalur sebesar 0,559. Pengaruh tersebut mempunyai nilai probabilitas (p-values) sebesar 0,000 < 0,05, berarti kepercayaan mampu memediasi pengaruh kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada Gen Z di Medan Denai

Kemudahan penggunaan berperan penting dalam mempengaruhi minat generasi Z untuk memanfaatkan layanan fintech, khususnya melalui kepercayaan sebagai variabel perantara. Konsep kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh mana suatu sistem dapat dipahami dan dioperasikan tanpa membutuhkan usaha yang besar. Ketika pengguna menilai bahwa aplikasi fintech mudah digunakan ditandai dengan tampilan yang sederhana, fitur yang intuitif, serta alur transaksi yang jelas maka akan muncul rasa nyaman dan keyakinan dalam penggunaannya. Hal ini mendorong terbentuknya kepercayaan terhadap layanan tersebut, yang selanjutnya meningkatkan keinginan untuk menggunakan fintech. Sebaliknya, apabila sistem dianggap rumit atau membingungkan, maka tingkat kepercayaan akan menurun dan berdampak pada rendahnya minat penggunaan.

Secara teoritis, hubungan ini didukung oleh *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* yang dikembangkan oleh Viswanath Venkatesh. Teori ini menjelaskan bahwa tingkat kemudahan dalam penggunaan teknologi mampu meningkatkan keyakinan pengguna terhadap sistem, sehingga memperkuat peran kepercayaan dalam memediasi niat penggunaan. Dalam perkembangan teori terkini, kepercayaan dipandang sebagai elemen kunci yang menjembatani persepsi kemudahan dengan perilaku adopsi teknologi. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan, maka semakin besar pula kepercayaan dan kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan layanan fintech (Hafifah et al., 2022).

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat menggunakan *fintec* dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada Generasi Z

1. Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fintech oleh Generasi Z. Semakin besar manfaat yang dirasakan (seperti efisiensi waktu dan kemudahan transaksi), semakin tinggi minat Generasi Z untuk menggunakannya
2. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech oleh Generasi Z. Aplikasi *fintech* yang praktis, mudah dipelajari, dan sederhana akan mendorong adopsi yang lebih tinggi oleh Generasi Z
3. Kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech oleh Generasi Z. Faktor keamanan, perlindungan privasi, dan transparansi sangat menentukan keputusan Generasi Z untuk menggunakan layanan *fintech*
4. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepercayaan oleh Generasi Z. Pengalaman mendapatkan manfaat yang nyata akan meningkatkan keyakinan Generasi Z bahwa layanan *fintech* tersebut aman dan layak digunakan
5. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepercayaan oleh Generasi Z. Pengalaman pengoperasian aplikasi yang lancar dan positif akan memperkuat rasa percaya pengguna terhadap penyedia layanan

6. Kepercayaan memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan fintech pada Generasi Z. Artinya, manfaat yang dirasakan akan membangun kepercayaan Generasi Z terlebih dahulu, yang selanjutnya mendorong tingginya minat penggunaan.
7. Kepercayaan memediasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan fintech pada Generasi Z. Aplikasi yang mudah digunakan akan meningkatkan kepercayaan pengguna, yang pada akhirnya memperkuat keinginan mereka untuk terus menggunakan *fintech*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran-saran yang dapat diberikan pada penelitian ini antara lain:

1. Penyedia layanan fintech diharapkan terus meningkatkan manfaat yang dirasakan pengguna melalui pengembangan fitur yang lebih relevan dengan kebutuhan Generasi Z, seperti proses transaksi yang lebih cepat, biaya transaksi yang lebih efisien, integrasi dengan berbagai layanan digital, serta fitur pengelolaan keuangan yang mampu memberikan nilai tambah. Semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan layanan fintech.
2. Penyedia fintech perlu terus menyempurnakan desain antarmuka (user interface) dan pengalaman pengguna (user experience) agar aplikasi semakin mudah dipahami, mudah dipelajari oleh pengguna baru, serta memiliki proses transaksi yang sederhana dan intuitif. Selain itu, penyedia layanan juga perlu menyediakan panduan penggunaan yang jelas sehingga pengguna dapat memanfaatkan seluruh fitur aplikasi secara optimal

3. Penyedia layanan fintech perlu meningkatkan kepercayaan pengguna melalui penguatan sistem keamanan data, perlindungan privasi, transparansi informasi, serta kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Penyedia layanan juga disarankan untuk meningkatkan edukasi mengenai keamanan transaksi digital dan memberikan respons yang cepat terhadap berbagai keluhan pengguna sehingga rasa percaya masyarakat terhadap layanan fintech semakin meningkat.
4. Untuk meningkatkan minat penggunaan fintech, penyedia layanan bersama institusi pendidikan dan pemerintah dapat memperluas program literasi keuangan digital melalui seminar, pelatihan, maupun kampanye edukatif mengenai manfaat, keamanan, dan cara penggunaan fintech secara bijaksana. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan pemahaman serta mendorong penggunaan layanan fintech yang lebih luas di kalangan Generasi Z

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Cakupan Geografis dan Demografis

   Penelitian ini hanya berfokus pada responden yang merupakan Generasi Z dengan ruang lingkup spesifik di wilayah Kecamatan Medan Denai sebanyak 384 responden. Hasil penelitian ini berpotensi tidak dapat digeneralisasikan secara luas untuk karakteristik Generasi Z yang berada di wilayah atau kota lain yang mungkin memiliki kondisi infrastruktur dan kebiasaan yang berbeda.
2. Keterbatasan Variabel Penelitian

   Penelitian ini hanya menganalisis variabel Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Minat Menggunakan Fintech. Berdasarkan

hasil pengujian Koefisien Determinasi (R-Square), diketahui bahwa masih terdapat 20,7% faktor lain yang memengaruhi minat menggunakan fintech, serta sebesar 50,9% faktor lain yang memengaruhi kepercayaan yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

3. Metode Pengumpulan Data

   Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini sepenuhnya bergantung pada penyebaran kuesioner atau angket yang berisi 10 pernyataan pada setiap variabelnya. Metode ini memiliki kelemahan bawaan karena hasil akhirnya sangat bergantung pada subjektivitas, kejujuran, serta pemahaman responden dalam menjawab setiap pernyataan pada saat itu saja

DAFTAR PUSTAKA

Affandi, Y., & Iskandar, C. L. (2025). *Buku Ekonomi dan Keuangan Digital Konsep dan Implementasi di Indonesia*.

Ansori, M. (2019). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah. *Jurnal Studi Keislaman*.

Apriani, A., Anjarwati, S., Annisa Wahdiniawati, S., & Meliantari, D. (2025). *Peran Kepercayaan Digital Sebagai Mediator Persepsi kemudahan dan Manfaat Terhadap Minat Menggunakan QRIS* (Vol. 5, Number 1).

Aziziyah. (2021). *Peranan Persepsi Manfaat Sebagai Mediasi Dalam Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan E-commerce Pada Aplikasi Traveloka*.

Bella, S., Setiawan, B., & Saprida. (2023). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Di Desa Karang Baru Kabupaten Banyuasin*.

Daulay, raihanah. (2021). *Analisi Faktor Teknologi Informasi Dan Kemudahan Terhadap Minat Belajar Mahasiswa Di Era Pandemi*.

Djamhari, E. A., Ningrum, D. rahayu, & Nurmansyah, R. (2022). *Konsumen Cerdas*.

Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan

Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi

Ovo. Jurnal Manajemen Stei, 3(02), 27–37.

Fadillah, W., & Zainurossalamia ZA, S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Canva. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, *2*(2), 231–240. https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1808

Fathur, M., Siagian, R., & Adlina, H. (2025). Trust And Behavioural intention As Predictors Of Financial Technology Adoption. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, *3*(4), 542–561. https://transpublika.co.id/ojs/index.php/JEKOMBITAL

Fauji, D. A. S., & Widodo, M. W. (2020). *Financial Technology*.

Febriyani, D. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa UST Yogyakarta Pengguna Zalora. *Jurnal Ekobis Dewantara*.

Gharaibeh, M. K. (2024). Determinants affecting the intention to adopt financial technology. *International Journal of Data and Network Science*, *8*(4), 2087–2096. https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2024.6.022

Gunarsih, T., & Dyah Febriyani. (2025). Apakah Trust Memediasi Pengaruh Perceived Usefullnes Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Minat Menggunakan Qris? *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, *33*(2), 124–136. https://doi.org/10.32477/jkb.v33i2.1180

Gunawan, A., Jufrizen, & Pulungan, D. R. (2023). Improving MSME performance through financial literacy, financial technology, and financial inclusion. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, *15*(1), 39–52. https://doi.org/10.33094/ijaefa.v15i1.761

Gusmeri, & Huseno, T. (2024). *Peran Kepercayaan Dalam Mediasi Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Identitas Kependudukan Digital di Kota Payakumbuh*.

Hafifah, L. L., Utami, N. W., & Dwi Putri, I. Gst. A. P. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Dan User Behavior Pada Fintech Shopeepay Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT). *Jurnal Akuntansi Bisnis*, *15*(2). https://doi.org/10.30813/jab.v15i2.3574

Hamdani, N. A. (2023). *Buku Technology Acceptance Model Pada Sistem Aplikasi pencatatan Informasi Keuangan*.

Hanafi, S. Kom. , M. Eng. , Ph. D. (2021). *Dasar-Dasar Fintech Financial Technology*. CV.Aswaja Pressindo.

Handayani, P., Prabawati, W., & Harsono, M. (2016). Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM) Pada Komputerisasi Kegiatan Pertahanan. *Jurnal Economia*.

Hasanah, Z., Ridhwan, & Roihan, M. (2024). Najaha Iqtishod Journal of Islamic Economic and Finance. *Journal of Islamic Economics and Finance*, *5*(2), 63–74. https://doi.org/10.22437/jief.v5i2.35660

Isaura, Z. H., Prameswari, C. P., Usman, O., & Syst, B. (2023). *Determinants of User Trust in Financial Technology Usage in Indonesia*.

Jamaludin, K., Nursiah, & Ferils, M. (2022). *Analisis minat menggunakan mobile banking*. https://doi.org/10.29264/jakt.v19i1.10711

Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2018). METODOLOGI PENELITIAN BISNIS, konsep & Aplikasi. In *Umsu Press*.

Jumiati, E., Muhammad Hilmi Fauzan, C., & Muhammad Luthfi Ghozali, Mk. (2025a). *Financial Technology (Fintech): Konsep Dan Implementasi CV Dunia Penerbitan Buku*. Dunia Penerbitan Buku. www.duniapenerbitanbuku.com

Jumiati, E., Muhammad Hilmi Fauzan, C., & Muhammad Luthfi Ghozali, Mk. (2025b). *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH): KONSEP DAN*

IMPLEMENTASI CV DUNIA PENERBITAN BUKU. www.duniapenerbitanbuku.com

Kamila, A., Habina Alwi, N., Anugerah, S., & Autinsa, T. (2025). Analisis Kemudahan dan Keamanan Data dalam Meningkatkan Kepercayaan pada Transaksi Pembayaran Qris. *Journal of Golden Generation Economic*, (1), 436–449.

Khoiriyah, I., Kusumawati, D. A., Indriasari, I., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2020). Analisis Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Di Jawa Tengah. *Journal of Management & Business*, *3*(2). http://journal.upgris.ac.id/index.php/stability

Khoiriyah, S. U., Halim, M., & Zulkarnnaeni, A. S. (2025). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Techonology Pada Aplikasi DANA*.

Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money di Jawa Tengah*.

Latan, H., & Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Applications using SmartPLS 3*.

Lestari, S. P., Putri, L. P., Adella, D., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2022). *Peran Financial Literacy dan Financial Technology dalam Membantu Perekonomian UMKM di Desa Bandar Khalipah*. *22*. https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.12176

Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor*.

Mujiatun, S., Jasin, H., Fahmi, M., & Jufrizen, J. (2022). Model Financial Technology (Fintech) Syariah di Sumatera Utara. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, *6*(3), 1709–1718. https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.893

Nurhayati, & Gunawan, A. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Fintech dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Generasi Z Kota Medan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *6*(5). https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2267

Nurmala Sari, D., Kusuma Andaning, A., Widowati Johannes, A., & Sarihati, T. (2025). *Analisis Faktor Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Dalam Adopsi E-Retribusi Pasar (Studi Literatur Berbasis Technology Acceptence Model Di*. https://ejournal.ipdn.ac.id/JEKP/

Nurwila, & Syaefulloh. (2026). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Dompet Digital Pada Generasi Z di Kota Pekanbaru. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH)*, *6*.

Ong, V., & MN, N. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan LinkAja. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*.

Prathama, F., & Sahetapy, W. L. (2019). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada*.

Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)*.

Rahadi, D. R. (2020). *Buku Financial Technology, PT. Filda Fikrindo*.

Rahardjo, B. (2021). *Fintech: Teknologi finansial perbankan digital*.

Riyadi, A. S. E., Hadi, S. P., & Widayanto. (2024). Pengaruh Perceived Risk Dan Perceived Of Use Terhadap Behavioral Intention Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening (Pada Pengguna Shopeepay Di Kalangan Generasi Milenial Dan Z Di Jakarta). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 13, Number 4). https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab

Riyanti, Y. E., Kurniawati, A. A., Fawwaz, E., Sitorus, H., & Margaretha, F. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Dalam Mengadopsi Layanan Fintech. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, *7*(2).

Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, *1*(2), 66. https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293

Rohmah, Y. M., & Tristiarini, N. (2021). *Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid-19 : Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang*. http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap

Rosana, J. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Ovo (Doctoral Dissertation, Universitas Medan Area).

Saputri, I. A., & Adi, W. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Fintech Lending: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*. *6*(6).

Setiawan, M., Wahib, M., Amris, & Karman, A. (2022). *El Mudhorib Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Market Place Shopee*. http://e-journal.iainfmpapua.ac.id/index.php/elmudhorib

Setiyono, W. P., Sriyono, & Prapanca, D. (2021). *Buku Financial Technology, Umsida Press*.

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

Sumarlin, A. K., Nuryati, M., Yustinus Lambyombar, M., Ade Fadillah Pospos, M. F., & Irma Novida, M. (2024a). *Buku Referensi Fintech Dan Perbankan Kolaborasi Inovatif untuk Masa Depan Keuangan Penerbit CV. Eureka Media Aksara*.

Sumarlin, A. K., Nuryati, M., Yustinus Lambyombar, M., Ade Fadillah Pospos, M. F., & Irma Novida, M. (2024b). *Buku Referensi Fintech Dan Perbankan Kolaborasi Inovatif untuk Masa Depan Keuangan Penerbit CV. Eureka Media Aksara*.

Syafitri. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Pada Aplikasi OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UPGRIS Angkatan 2016-2019). *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula*.

Syamil, Ahmad., Heriyati, Pantri., & Hermawan, Marko. (2020). *Perspektif industri financial technology di Indonesia*. CV. Penerbit Qiara Media.

TARI, A. (2025). PENGARUH TEMAN SEBAYA DAN UANG SAKU TERHADAP PERILAKU MENABUNG DENGAN SELF CONTROL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GENERASI Z DI KOTA MEDAN. *Sustainability (Switzerland)*, *11*(1).

Wardana, O. R., Aliyah, S., & Yanto, Y. (2024). Determinan Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, *3*(2), 93–116. https://doi.org/10.24034/jiaku.v3i2.5966

Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. www.fb.com/cv.seribu.bintang

Wicaksono, S. R. (2023). *Buku Usability Testing CV, Seribu Bintang*. www.fb.com/cv.seribu.bintang

Wijaya, I. D., Astuti, E. S., Yulianto, E., & Abdillah, Y. (2024). The Mediation Role of Perceived Risk, Trust, and Perceived Security Toward Intention to Use in the Model of Fintech Application Adoption: An Extension of TAM. *KnE Social Sciences*. https://doi.org/10.18502/kss.v9i11.15804

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kuisoner Penelitian

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Saya Asma'ul Husna Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Bersama ini saya memohon kesediannya untuk mengisi data kuesioner yang diberikan. Kuesioner ini disusun sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian yang berjudul "**Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Generasi Z".**

Seluruh informasi yang diberikan oleh responden akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan hanya untuk kepentingan akademis. Responden diharapkan memberikan jawaban secara objektif sesuai dengan kondisi dan pengalaman yang sebenarnya. Atas kesediaan dan partisipasi anda dalam mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih.

A. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pertanyaan ini sesuai dengan pendapat anda
2. Pilihlah jawaban dari table pertanyaan dengan memberi **tanda checklist ( )** pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut anda.

Skala :

1. Sangat Tidak setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Kuruang Setuju (KS)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (S)

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis kelamin :

☐ Laki-laki ☐

Perempuan Umur :

☐ < 25 Tahun

☐ 25–29Tahun

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	**Persepsi Manfaat (X1)**					
	Meningkatkan Kinerja					
1.	Menggunakan layanan fintech (OVO, GoPay, DANA, ShopeePay, dll.) meningkatkan kinerja saya dalam menyelesaikan transaksi keuangan sehari-hari.					
2.	Saya merasa layanan fintech memberikan manfaat nyata yang meningkatkan produktivitas dan efektivitas pengelolaan keuangan saya.					
3.	Menggunakan layanan fintech membuat pekerjaan pengelolaan keuangan saya menjadi lebih baik secara keseluruhan.					
	Bermanfaat bagi Pengguna					
1.	Layanan fintech membantu saya menyelesaikan transaksi keuangan dengan lebih cepat dan mudah dibandingkan cara konvensional.					
2.	Saya merasa penggunaan fintech secara keseluruhan sangat bermanfaat dan meningkatkan efektifitas kegiatan keuangan saya.					
3.	Saya merasa layanan fintech memberikan kemudahan yang berguna dalam mendukung berbagai aktivitas keuangan saya sehari-hari.					
	Meningkatkan Produktivitas					

1.	Fintech mempermudah pekerjaan saya dalam melakukan pembayaran dan transfer dana.					
2.	Penggunaan fintech membantu saya menghemat waktu dan biaya dalam melakukan transaksi keuangan					
	Meningkatkan Efektivitas					
1.	Fintech meningkatkan produktivitas saya karena saya dapat menyelesaikan lebih banyak transaksi dalam waktu yang lebih singkat.					
2.	Penggunaan fintech membantu saya menyelesaikan aktivitas keuangan dengan lebih efisien dibandingkan metode konvensional					
B.	**Kemudahan Penggunaan (X2)**					
	Kemudahan Akses					
1.	Saya dapat mengakses layanan fintech kapan saja dan di mana saja dengan mudah melalui perangkat saya.					
2.	Layanan fintech dapat diakses tanpa hambatan teknis yang berarti, sehingga mendukung aktivitas saya setiap saat.					
	Kesederhanaan Proses					
1.	Proses transaksi pada aplikasi fintech sederhana dan tidak memerlukan banyak langkah yang rumit.					
2.	Antarmuka aplikasi fintech dirancang secara jelas sehingga mudah saya pahami sejak pertama kali digunakan.					
	Kecepatan Layanan					

1.	Transaksi melalui fintech berlangsung dengan cepat dan tidak membutuhkan waktu yang lama.					
2.	Saya mudah menemukan menu atau fitur yang saya butuhkan dalam aplikasi fintech.					
	Kejelasan Sistem (Transparansi)					
1.	Informasi yang ditampilkan dalam aplikasi fintech (biaya, status transaksi, dll.) mudah dipahami dan transparan.					
2.	Saya dapat menggunakan aplikasi fintech secara mandiri tanpa mengalami kesulitan.					
	Kemudahan Memahami Teknologi					
1.	Aplikasi fintech mudah dipelajari dan tidak memerlukan keahlian teknis khusus.					
2.	Saya dapat mengoperasikan seluruh fitur fintech dengan percaya diri tanpa merasa bingung.					
C.	**Kepercayaan (Z)**					
	Kesungguhan/Ketulusan					
1.	Saya percaya bahwa penyedia layanan fintech yang saya gunakan benar-benar peduli terhadap kepentingan dan kebutuhan pengguna.					
2.	Saya yakin bahwa penyedia layanan fintech bertindak dengan niat yang baik dalam setiap transaksi yang saya lakukan.					
	Kemampuan					
1.	Saya percaya bahwa penyedia fintech memiliki kemampuan untuk menjaga keamanan data dan transaksi saya dengan baik.					

2.	Saya yakin sistem fintech yang saya gunakan mampu menangani transaksi keuangan saya secara andal dan akurat.					
	Integritas					
1.	Saya percaya bahwa penyedia fintech selalu menepati janji dan menjaga kejujuran dalam setiap layanannya.					
2.	Saya yakin bahwa informasi yang diberikan oleh platform fintech kepada saya adalah benar dan dapat dipercaya.					
	Ketergantungan					
1.	Saya bersedia mengandalkan layanan fintech untuk mengelola transaksi keuangan saya meskipun ada kemungkinan risiko.					
2.	Saya merasa nyaman menggunakan fintech karena saya yakin penyedia layanan bertanggung jawab atas keamanan transaksi saya.					
	Keterbukaan					
1.	Saya merasa penyedia fintech terbuka dan pengelolaan data.					
2.	Saya percaya bahwa penyedia fintech menerapkan kebijakan privasi yang transparan sehingga data saya terlindungi dengan baik.					
D.	**Minat menggunakan fintech (Y)**					
	Rasa Ingin Menggunakan					

1.	Saya memiliki keinginan yang kuat untuk menggunakan layanan fintech dalam berbagai kebutuhan keuangan saya.					
2.	Saya tertarik untuk mencoba fitur-fitur baru yang ditawarkan oleh layanan fintech.					
3.	Saya berminat untuk terus mencari tahu informasi terbaru seputar layanan fintech.					
4.	Saya merasa yakin bahwa fintech adalah pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan saya.					
	Keadaan Selalu Menggunakan					
1.	Saya secara rutin menggunakan layanan fintech dalam aktivitas keuangan sehari-hari.					
2.	Saya akan memilih menggunakan fintech apabila tersedia sebagai pilihan transaksi.					
3.	Fintech telah menjadi bagian dari kebiasaan saya dalam melakukan transaksi keuangan.					
	Dorongan Untuk terus Menggunakan di Masa yang akan Datang					
1.	Saya berencana untuk terus menggunakan fintech sebagai metode utama transaksi keuangan saya di masa mendatang.					
2.	Saya tidak berniat untuk berhenti menggunakan layanan fintech dalam waktu dekat.					

3.	Saya akan merekomendasikan penggunaan layanan fintech kepada orang lain di sekitar saya.					

Terima kasih atas kesediaan Anda mengisi kuesioner ini. Partisipasi Anda sangat berarti bagi kelancaran penelitian ini.

Lampiran 2 Data Penelitian

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	2	5	3	3	1	3	2	5	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	36

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	2	5	3	3	1	3	2	5	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41

4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	43
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	3	2	2	3	3	3	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	3	3	3	3	4	4	4	5	36

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	23
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	45
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	46
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47
4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	45
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	45
4	4	3	3	2	4	3	3	3	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	37
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	44
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	46
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47
4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	44
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	43
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	46
4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	44

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	35
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	44
4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	37

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	47
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	35
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	35

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	46
4	2	4	5	2	3	4	3	3	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
2	5	4	4	3	3	5	4	4	2	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	47
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	44
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	35
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	43
4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	37
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	46
4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	35

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	44
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	35
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	45
5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	45
5	5	3	5	4	4	5	5	4	5	45
5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	45
5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47
5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47
5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47
5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	45
5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	45
5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47
5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47

5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	45

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
4	4	3	2	3	4	4	3	2	2	31
2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	19
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	46
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	36
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32
4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	24
3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	25
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	34
4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	43
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	46
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	36

2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32
4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	24

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	25
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	34
4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	43
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	36
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32
4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	24
3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	25
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	2	3	4	4	3	2	2	31
2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	19
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	46
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	36
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
4	4	2	2	4	4	4	5	4	4	37
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	46
4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	36
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	37
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	3	3	5	5	4	4	4	5	42
4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	40
5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	2	2	3	3	3	3	4	4	34
5	5	2	3	5	5	3	3	3	3	37
4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	45
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	34
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	3	3	4	4	4	4	3	4	39
4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	44

3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	32
4	4	2	2	3	3	3	2	2	2	27
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	46
4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	40
1	2	3	3	4	4	4	4	4	4	33

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
5	5	2	2	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	3	3	5	5	4	4	4	5	41
5	5	3	3	4	4	5	4	4	4	41
5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	2	2	3	3	3	3	4	4	34
5	5	2	3	5	5	3	3	3	3	37
4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	45
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	37
4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	44
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
4	4	2	2	4	3	3	2	2	2	28
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	40
4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	36
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	3	3	5	5	4	4	4	5	41
4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	40
4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	44

4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	2	2	4	3	3	3	4	4	33
5	5	2	3	5	5	3	3	3	3	37
5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	5	4	2	5	4	4	4	4	4	41
4	4	2	2	4	4	4	5	4	4	37
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	43
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	44
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	46
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	46
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	45
4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	38
3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	40
5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
3	5	4	4	4	5	5	5	4	5	44
4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	44
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	5	4	2	4	5	5	3	4	3	39
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	45

4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	42
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
5	5	3	5	4	4	4	5	3	5	43
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	40
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
4	3	5	4	3	4	4	2	3	2	34
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	45
4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	40
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	46
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	41
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	39
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	46
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
5	5	5	5	4	5	3	3	4	4	43
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	35
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45

3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	46
2	4	5	2	3	4	4	4	5	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	41
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	43
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	45
3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	39
4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	45
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	46

3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	43
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	46
3	5	4	4	4	5	5	3	5	4	42
4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	42
3	5	4	4	4	5	5	3	5	4	42
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	45
4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	46
4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	46
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	46
4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	46
4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	46
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42

Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z
2	3	5	4	4	4	4	3	3	2	34
2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	23
3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48

3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	22
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
3	4	3	2	4	4	3	2	2	3	30
3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	34
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43

Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	26
2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	24
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	2	3	2	1	1	2	3	3	3	23
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	22
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
3	4	3	2	4	4	3	2	2	3	30
3	3	3	3	5	4	3	3	4	4	35
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	26
2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	24
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30

Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z
3	2	3	2	1	1	2	3	3	3	23
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	43
4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	46
5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	47
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	44
4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	40
4	5	5	3	5	5	4	4	5	4	44
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	34
4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	38
5	4	4	3	5	5	5	5	4	5	45
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41

4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	32
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	46
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	32
2	2	2	5	3	3	3	2	2	2	26
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	44
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
4	5	5	3	5	5	4	4	5	4	44
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	36
4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	38
5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	46
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	32
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	37
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	32
2	2	2	5	4	3	3	2	2	2	27
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	43
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	38
4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	39
5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	47

Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	41
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	40
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	5	5	4	5	3	3	41
4	1	4	4	4	4	4	4	2	2	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
1	1	1	5	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	36
3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	34
5	5	5	3	4	3	4	4	2	2	37
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	42
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
5	5	5	4	3	4	2	3	2	4	37
5	5	5	4	3	4	4	4	2	2	38
4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	37

5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	46
3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	44
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	47

Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z
3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	44
4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	5	3	4	3	4	4	4	3	4	37
4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	37
5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
3	4	4	4	3	4	4	5	3	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	46
4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	44
5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	46
2	3	4	4	4	4	4	5	3	4	37
4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	43
5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	4	2	3	2	2	5	5	5	35
3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	35
5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44
5	5	5	4	4	3	3	5	4	5	43
4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	37
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
4	4	4	5	5	4	2	5	4	5	42

5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	42
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	44
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	3	3	5	5	5	5	44
5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	43
5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	43
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	47
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	46
4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	5	5	4	4	3	4	3	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	3	4	4	5	5	4	3	4	4	41
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	37
4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	3	4	4	4	3	2	3	2	2	31
5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	45
4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37
4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	35
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	43
5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	41
5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	43
5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	43
5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	44
5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	43
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	44
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	44
5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	43
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	44
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y
2	3	5	4	4	4	2	3	4	4	35
2	2	2	2	3	3	4	4	3	3	28
3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	41
2	2	2	2	3	3	4	4	3	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	36
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	37
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36

4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	27
2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	32
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	32
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	2	3	3	1	1	2	2	1	1	19
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	41
2	2	2	2	3	3	4	4	3	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	36
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	37
3	3	3	3	5	4	4	4	5	4	38
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	27
2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	32
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	3	3	5	3	4	4	5	3	36
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30

3	2	3	3	1	1	2	2	1	1	19
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
4	4	4	4	3	4	2	3	5	5	38
4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	40

4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	38
4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	39
5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	43
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	41
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	35
2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48

4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	43

4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	37
4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	39
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	41
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	35
2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	35
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	3	4	4	3	3	5	5	39
4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	40
5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	43
4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	41
4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	41

4	4	4	4	3	4	2	3	5	4	37
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	1	4	4	1	4	4	1	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	47
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	16
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	34

4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	44
4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	44
3	3	4	4	4	4	4	3	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44
4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	39
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	45
4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	3	4	5	5	3	3	4	5	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

3	5	3	4	4	4	4	3	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
3	4	4	4	4	5	5	3	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	48
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
3	4	4	4	4	5	5	3	4	3	39
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	47
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	45
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41

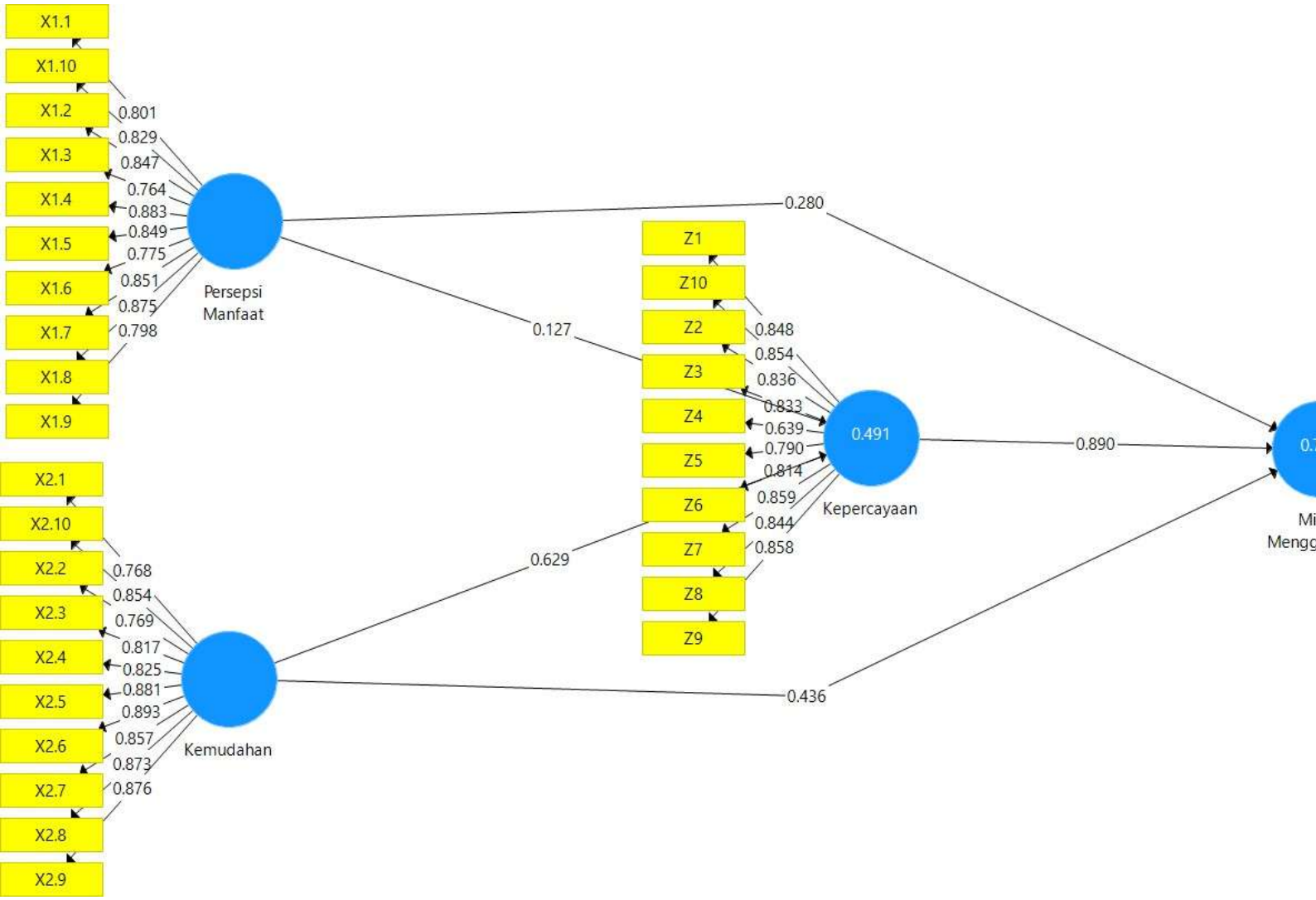
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
4	5	4	4	4	5	5	5	3	5	44
5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	44
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
4	4	4	4	4	3	5	5	3	5	41
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	45
4	5	5	5	5	5	2	5	3	2	41
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48

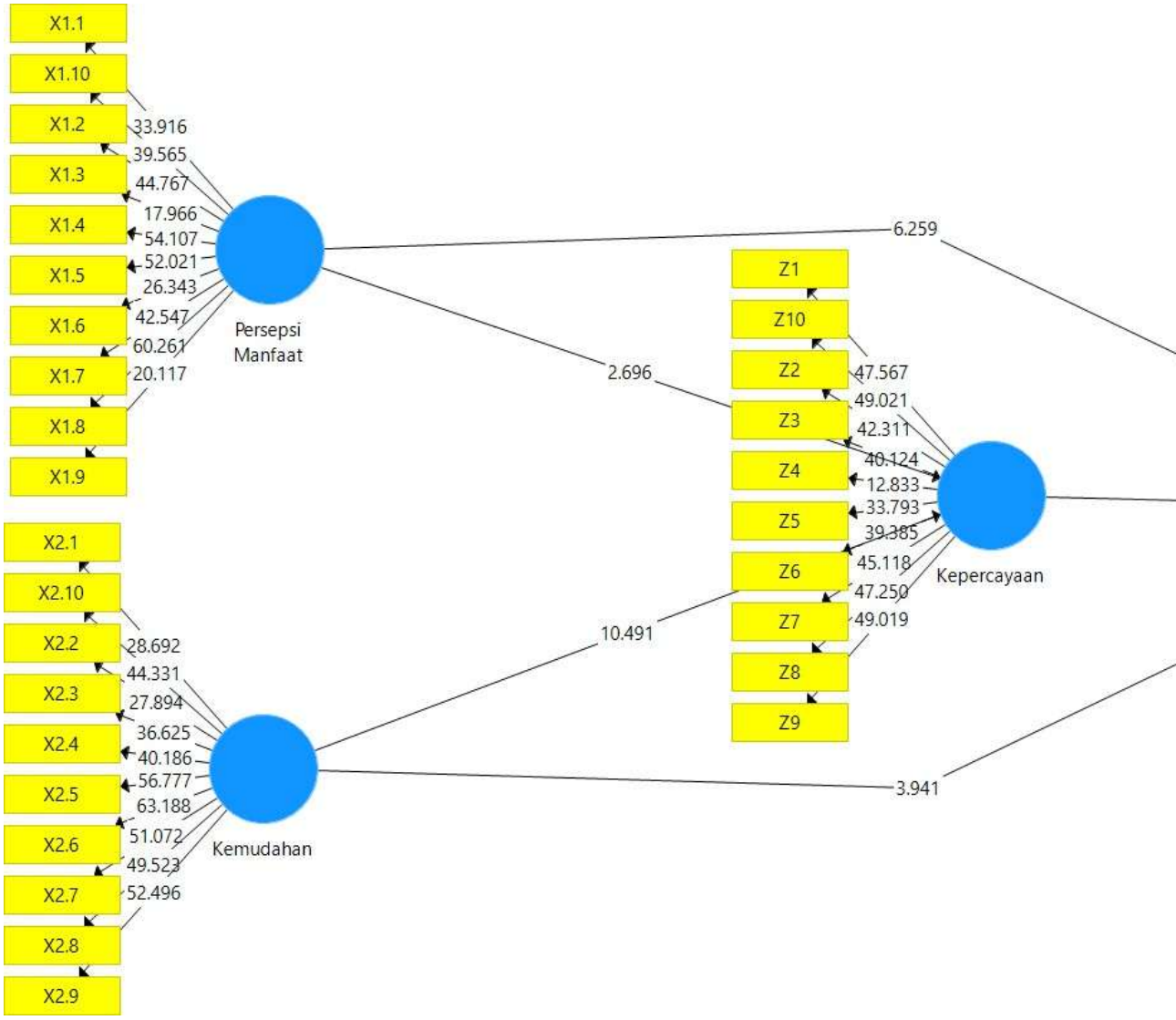
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43
4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	43
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	34

5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
4	4	4	3	4	4	5	3	5	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
3	3	5	4	4	3	3	3	5	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	2	3	2	2	4	4	2	3	30
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
5	5	4	4	3	3	5	5	4	4	42
4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	34

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
3	3	5	4	4	4	3	3	5	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	4	2	4	4	5	5	42
5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	46
5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	45
5	5	5	3	5	4	4	5	5	4	45
5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	45
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	47
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	47
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	47
5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	46
4	5	5	4	5	4	3	5	5	4	44
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	47
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	47
5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	46

Lampiran 3 Output PLS




X1.1
X1.10
X1.2
X1.3
X1.4
X1.5
X1.6
X1.7
X1.8
X1.9
33.916
39.565
44.767
17.966
54.107
52.021
26.343
42.547
60.261
20.117
Persepsi Manfaat
6.259
2.696
Z1
Z10
Z2
Z3
Z4
Z5
Z6
Z7
Z8
Z9
47.567
49.021
42.311
40.124
12.833
33.793
39.385
45.118
47.250
49.019
Kepercayaan
X2.1
X2.10
X2.2
X2.3
X2.4
X2.5
X2.6
X2.7
X2.8
X2.9
28.692
44.331
27.894
36.625
40.186
56.777
63.188
51.072
49.523
52.496
Kemudahan
10.491
3.941

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kemudahan	0.954	0.961
Kepercayaan	0.945	0.953
Minat Menggunakan	0.942	0.951
Persepsi Manfaat	0.949	0.956

	Average Variance Extracted (AVE)
Kemudahan	0.710
Kepercayaan	0.672
Minat Menggunakan	0.663
Persepsi Manfaat	0.686

	Persepsi Manfaat	Kemudahan	Minat Menggunakan	Kepercayaan
X1.1	0.801	0.345	0.366	0.272
X1.2	0.847	0.406	0.434	0.364
X1.3	0.764	0.399	0.353	0.361
X1.4	0.883	0.437	0.423	0.366
X1.5	0.849	0.418	0.373	0.344
X1.6	0.775	0.411	0.409	0.353
X1.7	0.851	0.359	0.380	0.323
X1.8	0.875	0.473	0.476	0.430
X1.9	0.798	0.420	0.375	0.359
X1.10	0.829	0.415	0.482	0.424
X2.1	0.603	0.768	0.496	0.536
X2.2	0.564	0.769	0.518	0.545
X2.3	0.361	0.817	0.426	0.534
X2.4	0.365	0.825	0.423	0.539
X2.5	0.408	0.881	0.527	0.615
X2.6	0.419	0.893	0.505	0.600

X2.7	0.372	0.857	0.487	0.605
X2.8	0.360	0.873	0.503	0.636
X2.9	0.367	0.876	0.481	0.612
X2.10	0.366	0.854	0.465	0.590
Y1	0.412	0.563	0.863	0.852
Y2	0.439	0.528	0.878	0.813
Y3	0.344	0.497	0.873	0.784
Y4	0.323	0.508	0.858	0.777
Y5	0.384	0.445	0.868	0.714
Y6	0.348	0.420	0.879	0.742
Y7	0.340	0.365	0.789	0.688
Y8	0.375	0.386	0.815	0.677
Y9	0.583	0.457	0.619	0.488
Y10	0.626	0.523	0.645	0.511

Z1	0.386	0.575	0.807	0.848
Z2	0.430	0.530	0.647	0.836
Z3	0.371	0.530	0.832	0.833
Z4	0.319	0.608	0.444	0.839
Z5	0.351	0.528	0.650	0.790
Z6	0.369	0.538	0.661	0.814
Z7	0.283	0.552	0.669	0.859
Z8	0.367	0.568	0.746	0.844
Z9	0.354	0.515	0.731	0.858
Z10	0.350	0.546	0.742	0.854

	Kemudahan	**Kepercayaan**	**Minat Menggunakan**
Kemudahan			
Kepercayaan	0.732		
Minat Menggunakan	0.611	0.916	
Persepsi Manfaat	0.520	0.458	0.541

	Kemudahan	**Kepercayaan**	**Minat Menggunakan**	**Persepsi Manfaat**
Kemudahan	0.842			
Kepercayaan	0.692	0.820		
Minat Menggunakan	0.575	0.814	0.878	
Persepsi Manfaat	0.496	0.439	0.497	0.828

	Average Variance Extracted (AVE)	**R Square**
Kemudahan	0.710	
Kepercayaan	0.672	0.491

Minat Menggunakan	0.663	0.793
Persepsi Manfaat	0.686	
Rata Rata	0.683	0.642
Goodnes of Fit (GOF)	0.662	

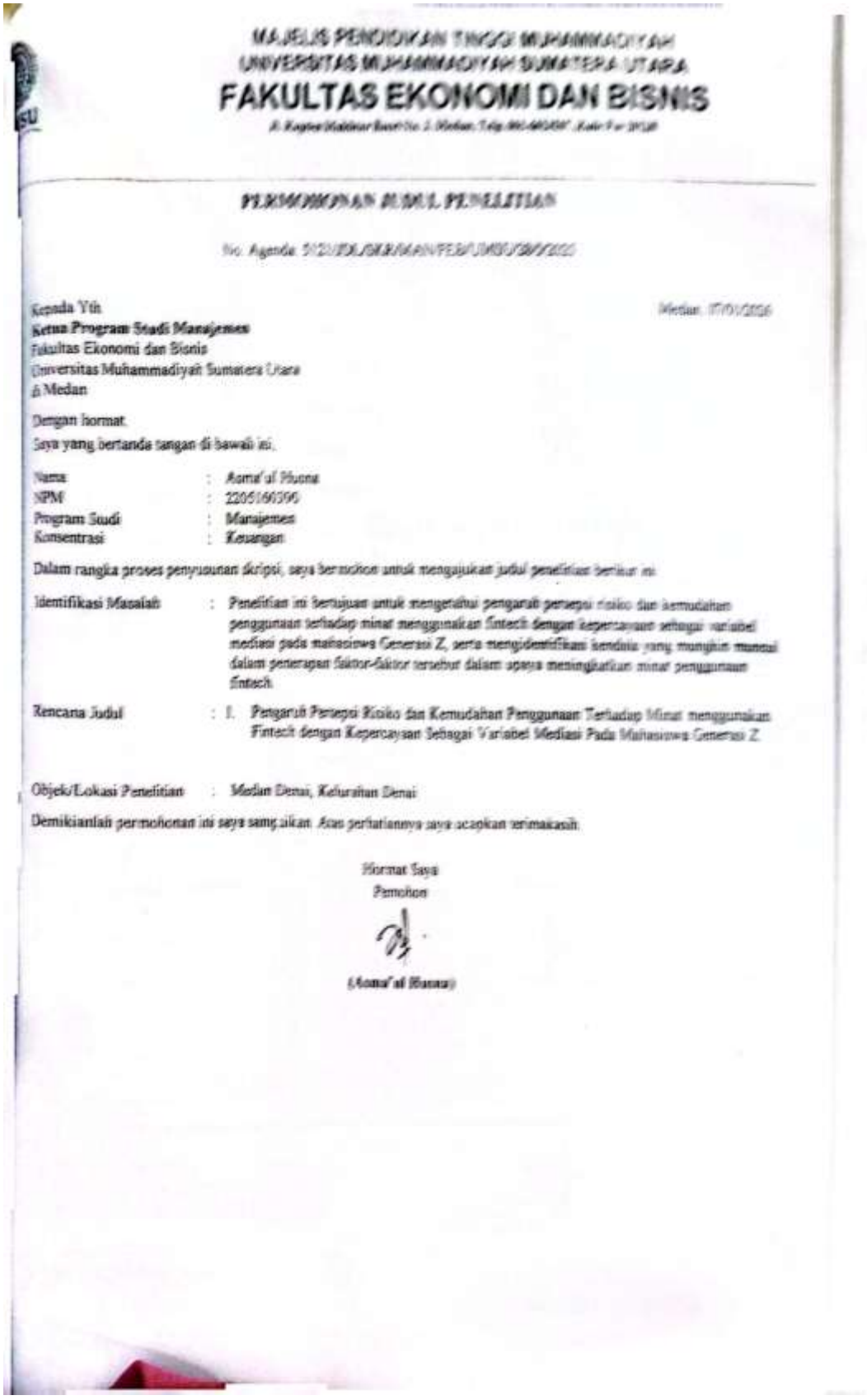
	R Square	**R Square Adjusted**
Kepercayaan	0.491	0.488
Minat Menggunakan	0.793	0.792

	Kepercayaan	Minat Menggunakan
Kemudahan	0.585	0.035
Kepercayaan		1.949
Persepsi Manfaat	0.024	0.099

	SSO	SSE	Q^2 (=1-SSE/SSO)
Kemudahan	3840.000	3840.000	
Kepercayaan	3840.000	2607.955	0.321
Minat Menggunakan	3840.000	1850.472	0.518
Persepsi Manfaat	3840.000	3840.000	

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Kemudahan -> Kepercayaan	0.629	0.623	0.060	10.491	0.000
Kemudahan -> Minat Menggunakan	0.123	0.123	0.031	3.941	0.000
Kepercayaan -> Minat Menggunakan	0.890	0.889	0.028	31.399	0.000
Persepsi Manfaat -> Kepercayaan	0.127	0.131	0.047	2.696	0.007
Persepsi Manfaat -> Minat Menggunakan	0.167	0.169	0.027	6.259	0.000

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Kemudahan -> Kepercayaan -> Minat Menggunakan	0.559	0.554	0.057	9.812	0.000
Persepsi Manfaat -> Kepercayaan -> Minat Menggunakan	0.113	0.116	0.041	2.749	0.006



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Muktar Basri No. 3 Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

No. Agenda: 912/FEB/SK/B/MAN/FEB/UMSU/09/2020

Kepada Yth
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Medan

Medan, 17/01/2020

Dengan hormat
Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama	:	Asma'ul Husna
NPM	:	2205160390
Program Studi	:	Manajemen
Konsentrasi	:	Keuangan

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

Identifikasi Masalah	:	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan fintech dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Generasi Z, serta mengidentifikasi kendala yang mungkin muncul dalam penerapan faktor-faktor tersebut dalam upaya meningkatkan minat penggunaan fintech.
Rencana Judul	:	1. Pengaruh Persepsi Risiko dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat menggunakan Fintech dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Generasi Z
Objek/Lokasi Penelitian	:	Medan Denai, Kelurahan Denai

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya
Pemohon

(Asma'ul Husna)

PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

Nomor Agenda: 5121/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/28/5/2025

ama Mahasiswa	: Asma'ul Husna
PM	: 2205160390
rogram Studi	: Manajemen
onsentrasi	: Keuangan
anggal Pengajuan Judul	: 7/01/2026
ama Dosen Pembimbing*)	: Sri Puji Lestari, SE, M.M
	:
udul Disetujui**)	: Pengaruh persepsi risiko dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan fintech pada mahasiswa generasi z dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.

Medan, ...

Disahkan oleh
Ketua Program Studi Manajemen

(Agus Sadi, SE., M.Sc.)

Dosen Pembimbing

(SRI PUJI LESTARI, SE, MM)

Keterangan:
*) Diisi oleh Pimpinan Program Studi
**) Diisi oleh Dosen Pembimbing
Telah disahkan oleh Prodi dan Dosen pembimbing, scan foto dan upload kembaran ke-2 ini pada form online "Upload Pengesahan Judul Skripsi"

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

http://feb.umsu.ac.id feb@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING
PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA

NOMOR : 1888/TGS/II.3.AU/UMSU-05/F/2026

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Tugas Akhir / Jurnal / dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : **Manajemen**
Pada Tanggal :

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Tugas Akhir / Jurnal Mahasiswa :

Nama	**: Asma'ul Husna**
N P M	**: 2205160390**
Semester	**: VIII (Delapan)**
Program Studi	**: Manajemen**
Judul Proposal / Skripsi	**: Pengaruh Persepsi Risiko dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat menggunakan Fintech dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Generasi Z**
Dosen Pembimbing	**: Sri Puji Lestari S.E M.M**

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Tugas Akhir / Jurnal dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Tugas Akhir / Jurnal / Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelakasanaan Sidang Tugas Akhir harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkanya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Tugas Akhir
3. **Proyek Proposal / Tugas Akhir / Jurnal** dinyatakan **" BATAL "** bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal **: 04 Mei 2027**
4. Revisi Judul.....

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : 17 Dzulqa'dah 1447 H
04 Mei 2026 M

Dekan

Dr. Radiman, S.E., M.Si
NIDN: 0107087801

Tembusan :
1. Pertinggal.

BAN-PT MQA STARS

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa	:	Asma'ul Husna
NPM	:	2205160390
Dosen Pembimbing	:	Sri Puji Lestari, S.E., M.M.
Program Studi	:	Manajemen
Konsentrasi	:	Manajemen Keuangan
Judul Penelitian	:	Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Generasi Z.

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	- Perjelas fenomena, tambahkan penelitian pendahuluan, lakukan Pra-Survey - Perbaiki identifikasi masalah - Perbaiki Rumusan Masalah, Tujuan & Manfaat	31/01-26 S/a 06/03-26	
Bab 2	- Perbaiki Pengertian, faktor, indikator Strup Kritikal - Perbaiki kerangka konseptual, tambahkan keterkaitan antar variabel; perbaiki penelitian terdahulu - Perbaiki Hipotesis	6/04-26	
Bab 3	- Perbaiki Definisi Operasional - Perbaiki Kriteria Sampel - Perbaiki Analisis Data	13/04-26	
Daftar Pustaka	Rapikan. Menggunakan Mendeley	23/04-26	
Instrumen Pengumpulan Data Penelitian	Perbaiki Instrumen Pengumpulan Data Penelitian	27/04-26	
Persetujuan Seminar Proposal	Acc Seminar Proposal	30/04-26	

Medan, April 2026

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

Agus Sani, S.E., M.Sc.

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

Sri Puji Lestari, S.E., M.M.

MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH PIMPINAN PUSAT
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Ext: 304 Medan 20238

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Pada hari ini Selasa 26 Mei 2026 telah diselenggarakan seminar Proposal Program Studi Manajemen menerangkan bahwa :

N a m a	:Asma'ul Husna
Konsentrasi	: Man. Keuangan
N .P.M.	: 2205160390
Tempat / Tgl.Lahir	: Medan, 07 april 2005
Alamat Rumah	: Jl. jermal 12 griya rahayu residence no.1 medan denai
Judul Proposal	: Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Generasi Z

(Disetujui / tidak disetujui *)

Item	Komentar
Judul	Ganti Variabel Persepsi Risiko
Bab I	Batasan Variabel Fintech, fokuskan fintech yang mana
Bab II	
Bab III	Perbaiki Sampel
Lainnya	
Kesimpulan	☐ *Lulus* ☐ *Tidak Lulus*

Medan, *Selasa 26 Mei 2026*

TIM SEMINAR

Ketua

Agus Sani, S.E., M.Sc.

Sekretaris

Arif Pratama Marpaung, S.E., M.M.

Pembimbing

Sri Puji Lestari S.E., M.M.

Pembanding

Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si.

MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH PIMPINAN PUSAT
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Ext. 304 Medan 220238

بسم الله الرحمن الرحيم

PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil seminar Proposal Program Studi Manajemen yang diselenggarakan pada hari *Selasa 26 Mei 2026* menerangkan bahwa:

Nama	: Asma'ul Husna
Konsentrasi	: Man. Keuangan
N.P.M.	: 2205160390
Tempat / Tgl.Lahir	: Medan, 07 april 2005
Alamat Rumah	: Jl. jermal 12 griya rahayu residence no.1 medan denai
JudulProposal	: Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Generasi Z.

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Tugas Akhir dengan pembimbing:
Sri Puji Lestari S.E., M.M

Medan, Selasa 26 Mei 2026

TIM SEMINAR

Ketua

Agus Sani, S.E., M.Sc.

Sekretaris

Arif Pratama Marpaung, S.E., M.M.

Pembimbing

Sri Puji Lestari S.E., M.M.

Pembanding

Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si.

Diketahui / Disetujui
a.n. Dekan
Wakil Dekan - I

Assoc. Prof. Dr. Hasrudy Tanjung, S.E., M.Si.
NIDN. 0118127401

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/TUGAS AKHIR

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa	: Asma'ul Husna
NPM	: 2205160390
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Manajemen Keuangan
Judul Penelitian	: Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Fintech* Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Generasi Z

Menyatakan bahwa:

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha sendiri, baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi.
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut :
   - Menjiplak/Plagiat hasil karya penelitian orang lain.
   - Merekayasa tanda angket, wawancara, observasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti memalsukan stempel, kop surat, atau identitas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "penetapan proyek proposal/makalah/skripsi dan penghunjukkan Dosen Pembimbing" dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah surat pernyataan ini saya perbuat dengan kesadaran sendiri.

Medan, Mei 2026
Pembuat Pernyataan



ASMA'UL HUSNA

NB :
- Surat pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat pengajuan judul
- Foto copy surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama	: Asma'ul Husna
NPM	: 2205160390
Tempat/Tgl Lahir	: Medan, 07 april 2005
Jenis Kelamin	: perempuan
Agama	: Islam
Alamat	: Jl. Jermal XII No.1 Griya Rahayu Residence Medan Denai
Anak Ke	: 3 (Tiga)
Kewarganegaraan	: Indonesia
No.Hp	: 085353410086

Nama Orang Tua

Ayah	: Muhammad Nasir
Ibu	: Asmiani
Alamat	: Jl. Jermal XII No.1 Griya Rahayu Residence Medan Denai

Pendidikan Formal

1. SDIT YPI HIKMATUL FADHILLAH
2. Ma'had Tahfidzil Qur'an Yayasan Islamic Centre
3. Ma'had Tahfidzil Qur'an Yayasan Islamic Centre
4. Kuliah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tahun 2026

Medan, Agustus 2026

Asma'ul Husna