



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB II**

### **TINJAUAN LITERATUR**

#### **2.1. Tinjauan Literatur**

##### **2.1.1. Adopsi *Financial Technology***

Pada adopsi *financial technology* yang diterapkan oleh Modalku terdapat teori *Technology-Organization-Environment* (TOE) merupakan teori yang diperkenalkan oleh Tomatzky dan Fleicher dan dikembangkan kembali oleh (Ifinedo, 2012) yang menyatakan bahwa inovasi bergantung dari kondisi organisasi, lingkungan, dan teknologi. Teori ini menggabungkan skema karakteristik teknologi, faktor organisasi, dan unsur lingkungan makro. TOE mengidentifikasi tiga konteks yang mempengaruhi adopsi dan implementasi inovasi perusahaan, yaitu: konteks teknologi, yang menggambarkan adopsi tergantung dari teknologi baik dari luar maupun dari dalam perusahaan baik teknis dan organisasi, *complexity*, *triability* dan *observation*. Konteks organisasi, yang menggambarkan ruang lingkup bisnis perusahaan, dukungan top manajemen, budaya organisasi, kompleksitas struktur manajerial, formalisasi, deferensiasi, kualitas sumber daya manusia, dan ukuran masalah. Konteks lingkungan yang berhubungan dengan fasilitas dan faktor penghambat operasi perusahaan seperti tekanan kompetitor, customer, isu-isu sosial budaya, dorongan pemerintah, dan infrastruktur teknologi seperti layanan konsultasi melalui ICT (Okorie Awa et al., 2012). Teori tersebut merupakan model adopsi teknologi di perusahaan yang memiliki 3 pengaruh pada potensi adopsi inovasi teknologi, yaitu teknologi, organisasi dan lingkungan:

##### **1. Teknologi**

Proses dan peralatan merupakan acuan dari teknologi internal maupun eksternal serta relevansi dari teknologi baru dan lama pada suatu perusahaan. Aspek teknologi dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a) Perusahaan dapat memanfaatkan *relative advantage* sebagai salah satu faktor teknologi. (Rogers, 1995)

- b) Konsistensi dari nilai-nilai terhadap inovasi yang dilakukan, pengalaman sebelumnya dan kebutuhan adopsi teknologi bagi perusahaan disebut sebagai *Compability*. (Rogers, 1995)
- c) Pemahaman terhadap penggunaan sistem memiliki level kesulitan yang disebut sebagai *Complexity*. (Sonnenwald, 1999)

## 2. Organisasi

Karakteristik organisasi yang didalamnya termasuk struktur, sumber daya manusia, otonomi yang berhubungan dengan jangkauan, kuantitas sumber daya manusia, kuantitas sumber daya manusia yang terbatas, merupakan konteks dari organisasi. Variabel dalam konteks ini adalah sebagai berikut:

- a) Kemampuan dari organisasi yang berhubungan dengan kesadaran, sumber daya manusia, komitmen dan tata kelola IT merupakan kesiapan organisasi untuk persepsi dan evaluasi dari manajemen perusahaan. (Tan et al., 2007)
- b) Nilai-nilai perusahaan dari kegunaan inovasi teknologi dapat disebut sebagai *top management support*. (Norzaidi et al., 2008)
- c) Perintah dalam penggunaan atau pengoperasian alat oleh karyawan perusahaan dalam hal kualitas dan kuantitas disebut sebagai *training and education*. (Ahearne et al., 2007)

Pada adopsi *financial technology* terdapat *service quality*, *information quality* dan *system quality* sehingga *borrowers satisfaction* dapat diukur berdasarkan mediasi kepercayaan dari fasilitas keuangan yang digunakan.

### 3. Lingkungan

Pertimbangan industri dan dukungan pemerintah dalam hal ini adalah hubungan antara industri, kompetitif, dan regulasi. Dalam konteks ini terdapat beberapa variabel sebagai berikut:

- a) Pada persaingan industri, tingkat tekanan yang dialami perusahaan disebut sebagai *competitive pressure*. (Zhu & Kraemer, 2005)
- b) Penyediaan layanan atau mitra dalam transaksi bisnis disebut sebagai *trading partner support*. (Gangwar et al., 2015)

#### 2.1.2. *Technology Financial*

Menurut (Arner et al., 2015) penggunaan teknologi untuk mendapatkan kemudahan fasilitas keuangan dapat disebut sebagai *Financial technology*. Kolaborasi antara fitur keuangan dan teknologi dapat disebut sebagai inovasi pada sektor keuangan dengan memanfaatkan teknologi terbaru merupakan *Financial technology* menurut Pribadiono, Hukum, Esa, & Barat (2016). Industri yang bersifat dinamis dengan perbedaan model bisnis merupakan *Financial technology* menurut (Dorfleitner et al., 2017) Model layanan finansial yang dikembangkan dengan inovasi teknologi informasi dapat disebut sebagai *Financial technology* menurut Hsueh (2017). Sistem keuangan yang memodelkan, menilai dan memproses produk keuangan seperti kontrak, saham, obligasi, dan uang tunai berkaitan langsung dengan teknologi keuangan. Produk keuangan terwakili dengan harga, dimensi, kredit dan waktu. Seperti pada sistem komersial, penggabungan antara sistem perdagangan dan teknologi perdagangan sistem keuangan memungkinkan penjualan dan pembelian produk di waktu dan pasar yang berbeda. Hal Ini termasuk *arbitrase* penjualan dan pembelian simultan dari produk yang sama di pasar yang berbeda. (Freedman, 2006)

### **2.1.3. Pembiayaan Kredit Mikro**

Pembiayaan adalah suatu kesepakatan antara bank dan debitur dimana bank menyediakan dana. Debitur akan mengembalikan dana tersebut dengan ketetapan jangka waktu dan pembagian hasil imbalan. (Kasmir, 2010) Pembiayaan adalah semua jenis pinjaman yang mengharuskan peminjam untuk mengembalikan dana yang diberikan beserta bunganya sesuai dengan perjanjian (Hasibuan, 2011) Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pembiayaan adalah perjanjian antara pemberi dana (bank) dan pihak peminjam dana yang mewajibkan debitur untuk melunasi kewajibannya sesuai dengan kesepakatan. Pembiayaan mikro yaitu pembiayaan yang diberikan oleh bank ke peminjam dana (debitur) yang bekerja sebagai wiraswasta pemilik usaha atau pengusaha guna dana yang diberikan digunakan untuk modal kerja dan investasi yang terkait dengan usaha. Pembiayaan mikro ditunjukkan untuk wiraswasta berskala kecil sehingga usaha mereka dapat berkembang dengan baik. Pembiayaan yang termaksud dalam penelitian ini merupakan pembiayaan kredit mikro yang telah didigitalisasi dari semula pembiayaan secara konvensional menjadi pembiayaan secara digital melalui *financial technology*.

### **2.1.4. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

Usaha yang bergerak sendiri, dikelola oleh badan usaha atau perorangan dan badan usaha ber-aset kurang dari atau sama dengan Rp 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) termasuk aset berupa tanah atau bangunan serta penjualan kurang dari atau sama dengan Rp 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah) disebut dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Machmud & Sidharta, 2013). UU Nomor 20 tahun 2008 telah mengatur tentang UMKM dengan perbedaan masing-masing ukuran; yaitu Mikro, Kecil, dan Menengah adalah kriteria aset dan omset. Perbedaan tersebut dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 2.1. Dasar Kriteria Usaha UMKM (UU No. 20 Tahun 2008)

No	Kriteria Usaha	Aset	Omset per tahun
1	Mikro	Maks. 50.000.000	Maks. Rp. 300.000.000
2	Kecil	Rp. 50.000.000 s/d Rp. 500.000.000	Rp. 300.000.000 s/d Rp. 2.500.000.000
3	Menengah	Rp 500.000.000 s/d 10.000.000.000	Rp. 2.500.000.000 s/d 50.000.000.000

Sumber: (Otoritas Jasa Keuangan, 2008)

Omset yang dimaksud adalah omset tahunan sedangkan aset tidak termasuk tanah dan bangunan, aset berupa peralatan maupun bahan baku. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM merangkum 3,79 juta UMKM telah menggunakan *platform* online untuk pemasaran produk. Jumlah tersebut merupakan 8% dari seluruh UMKM yang terdata di Indonesia, yaitu 59,2 juta pelaku UMKM. Pelaku UMKM berperan besar dalam perkembangan ekonomi digital di Indonesia, melalui pembiayaan kredit mikro dengan *financial technology* maka pelaku UMKM akan dimudahkan dalam melancarkan bisnisnya.

### 2.1.5. Kualitas Layanan (*Service quality*)

*Service quality* menurut Lewis dan Booms (Tjiptono & Chandra, 2011) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang difasilitasi oleh perusahaan sudah sesuai dengan ekspektasi konsumen. Artinya kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pengguna menjadi penentu dari persepsi masyarakat. Kualitas pelayanan yang baik meningkatkan kepercayaan masyarakat yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan *borrower*. Terdapat lima dimensi utama dari cara konsumen menilai kualitas pelayanan (Tjiptono & Chandra, 2011) sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*Reliability*), merupakan penyediaan layanan akurat kepada *borrower* tanpa berbuat kesalahan dan kemampuan perusahaan untuk

menyampaikan layanan dengan tepat waktu.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), merupakan penyediaan bantuan *borrower* dan menanggapi permintaan *borrower* serta memberikan informasi dan layanan secara tepat.
3. Jaminan (*Assurance*), kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya dan rasa aman bagi *borrower*. Perlakuan para petugas lapangan untuk bersikap sopan serta menguasai *product knowledge* untuk menjawab setiap pertanyaan atau permasalahan *borrower* juga merupakan jaminan dari perusahaan.
4. Empati (*Empathy*), kemampuan perusahaan untuk memahami dan memberikan solusi dari permasalahan *borrower* dan bertindak untuk kepentingan *borrower*-nya. Empati juga berkaitan dengan jam kerja perusahaan yang fleksibel bagi *borrower*.
5. Bukti Fisik (*Tangible*) merupakan keterkaitan antara daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan pada saat memberikan pelayanan kepada *borrower*, serta terkait dengan penampilan karyawan.

#### **2.1.6. Kualitas Informasi (*Information quality*)**

Kualitas informasi dapat berarti pengukuran tingkat kualitas konten menurut sistem informasi (Ong et al., 2009) sedangkan (Negash et al., 2003) menyatakan bahwa kualitas informasi merupakan penggunaan yang berkaitan dengan nilai yang menghasilkan informasi dari sebuah sistem. Semakin baik informasi maka akan meningkatkan kepercayaan masyarakat yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan *borrower* dalam penggunaan layanan *peer to peer lending*. Menurut (Jogiyanto, 2005) terdapat 3 dimensi utama cara konsumen menilai kualitas informasi, yaitu:

1. Akurat (*Accurate*), informasi dapat dikatakan akurat jika informasi tersebut tidak bias atau menyesatkan, bebas dari kesalahan-kesalahan dan harus jelas mencerminkan maksudnya. Ketidakakuratan sebuah informasi dapat terjadi karena sumber informasi atau data mengalami gangguan atau kesengajaan sehingga merusak atau merubah data-data asli tersebut.
2. Tepat Waktu (*Timeliness*), informasi yang dihasilkan dari suatu proses pengolahan data, datangnya tidak boleh terlambat (usang). Informasi yang terlambat tidak akan mempunyai nilai yang baik, sehingga kalau digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dapat menimbulkan kesalahan dalam tindakan yang akan diambil.
3. Relevan (*Relevance*), informasi akan relevan jika memberikan manfaat bagi penerima informasi dalam hal ini adalah *borrower*. Relevansi informasi menyesuaikan kebutuhan dari tiap *borrower*.

### **2.1.7. Kualitas Sistem (*System quality*)**

Kualitas sistem merupakan cara untuk melakukan pengukuran dari sistem teknologi yang digunakan (Jogiyanto, 2007). Menurut (Chen et al., 2010), kualitas sistem dapat melakukan pengukuran dari pengolahan sistem informasi yang digunakan. Menurut (Nelson et al., 2005), kualitas sistem memiliki pengukuran sebanyak 5 dimensi sebagai berikut:

1. Reliabilitas sistem, mengukur sejauh mana keandalan sebuah sistem yang akan digunakan.
2. Fleksibilitas sistem, sistem dapat menyesuaikan dengan berbagai kebutuhan pengguna dan kondisi yang berubah – ubah.
3. Integrasi sistem, sistem akan memudahkan dalam penggabungan sebuah data dari berbagai macam sumber untuk mendukung pengambilan keputusan oleh *borrower*.

4. Akseibilitas sistem, merupakan kemudahan untuk mengakses suatu informasi atau kemudahan untuk menghasilkan informasi dari suatu sistem.
5. Waktu respon sistem, mengasumsikan respon sistem yang cepat atau tepat waktu dilengkapi dengan permintaan akan informasi yang dibutuhkan.

#### **2.1.8. Kepercayaan (*Trust*)**

Adanya keterkaitan antara kualitas produk dan kepercayaan konsumen selaras dengan definisi kepercayaan sebagaimana dikemukakan oleh Costabile yang dikutip oleh (Endang Raino Wirjono, 2005) bahwa, kepercayaan atau *trust* sebagai persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan-urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan. Suatu kepercayaan terjadi karena suatu rasa percaya bahwa perusahaan dapat menyediakan layanan bertindak untuk memenuhi kebutuhan pelanggan membangun kepercayaan, sebagai berikut:

1. Kemampuan, merupakan kompetensi serta karakteristik dari penjual ataupun karyawan di suatu perusahaan dalam melayani konsumennya, yang berarti konsumen mendapatkan hak kepuasan dan keamanan yang difasilitasi oleh perusahaan dalam kegiatan bisnis yang dilakukannya. Point dari kemampuan adalah pengalaman, kecakapan dan pengetahuan.

2. Integritas, merupakan janji atau komitmen atas perlakuan perusahaan untuk menjalankan transaksi bisnis yang menguntungkan kepada konsumen. Hal ini mempengaruhi kepercayaan konsumen kepada perusahaan. Pengukuran dari integritas terdapat dari beberapa aspek, diantaranya adalah tingkat kewajaran, pemenuhan, kesetiaan, kejujuran, keterkaitan dan kehandalan.

3. Kebajikan, merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan rasa kepuasan dalam berbisnis kepada konsumen. Perusahaan tidak semata mengejar profit melainkan juga

memperhatikan kepuasan konsumennya dari layanan yang diberikannya. Kebajikan meliputi unsur-unsur perhatian, keyakinan, empati, dan daya terima.

### **2.1.9. Kepuasan Pengguna (*Borrower satisfaction*)**

Kepuasan pengguna adalah suatu perasaan konsumen dari harapan dan hasil yang diperoleh (Kotler & Keller, 2009). Jika kinerja suatu produk dan jasa memenuhi harapan pengguna maka tingkat kepuasan pengguna dapat dikategorikan tinggi, sedangkan jika kinerja produk atau jasa tidak sesuai dengan harapan pengguna maka tingkat kepuasan konsumen dapat dikatakan rendah. Kemudian jika hasil yang diperoleh melebihi kebutuhan pengguna, maka pengguna akan dikategorikan merasa sangat puas (*highly satisfied*).

Menurut data oleh Holland Fintech (2015) yang dikembangkan oleh (Maya Angela Natalia, Florentina Kurniasari, Ernie Hendrawaty, 2020) menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna jasa tekfin adalah pelaku usaha UMKM dan generasi milenial yang merupakan pengguna aktif internet dan media sosial. Pengguna merupakan semua pihak baik individu maupun organisasi yang memanfaatkan teknologi finansial dalam menjalankan transaksi keuangannya. Sumber pendapatan utama yang diharapkan oleh para pelaku teknologi finansial adalah kepemilikan potensi bisnis yang baik, namun memiliki keterbatasan dalam memanfaatkan akses perbankan.

## **2.2. Penelitian Terdahulu**

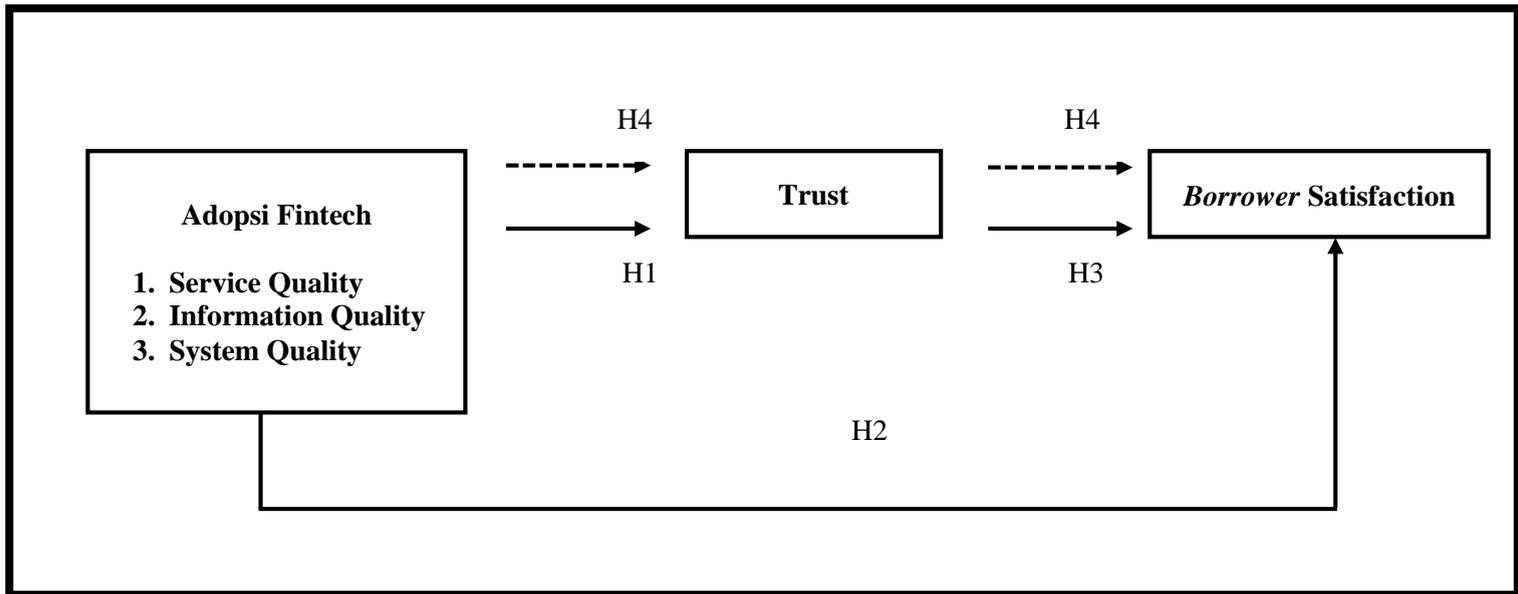
Penelitian ini berdasar dari penelitian yang telah dilakukan mulai dari jenis penelitian, teori yang digunakan serta teknik metode penelitian yang digunakan dengan rincian penjelasan sebagai berikut:

No	Judul	Peneliti	Tujuan Penelitian
1.	<i>Fintech</i> Sebagai Salah Satu Solusi Pembiayaan Bagi UMKM.	(Rizal et al., 2019)	Memberikan solusi untuk sumber pembiayaan / permodalan yang menjadi penghambat tumbuhnya UMKM di Indonesia karena tidak mendapatkan akses keuangan yang memadai dari perbankan dan kurangnya pembiayaan sehingga UMKM terhambat dalam melakukan inovasi.
2.	Strategi Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Putriana, 2014)	Memberikan akses keuangan kepada kaum berpenghasilan rendah agar dapat terlibat dalam transaksi bisnis dan berkontribusi pada kegiatan kewirausahaan yang produktif serta mampu mempromosikan kewirausahaan yang mandiri di daerah miskin atau tertinggal.
3.	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap niat Berperilaku dalam mengadopsi <i>Financial technology</i> (Fintech)	(Ghina Qothrunnada Eltin (2019))	Melakukan pengujian kepada masyarakat dari pengukuran rasa kepercayaan, kegunaan, dan kemudahan penggunaan dari adaptasi <i>financial technology</i> di Indonesia.

4.	Pengaruh Literasi Keuangan dan <i>Financial technology</i> Terhadap Inklusi Keuangan pada Masyarakat Jabodetabek	(Hutabarat, 2018)	Melakukan identifikasi masalah untuk menambah wawasan kepada masyarakat berkaitan edukasi tentang keuangan dan pengetahuan dari penggunaan <i>financial technology</i> untuk kemudahan bertransaksi bisnis secara online.
5	Pengaruh <i>Financial technology</i> (fintech) terhadap perkembangan UMKM Di Kota Magelang	(Rahardjo et al., 2019)	Melakukan pengukuran dari pengaruh adaptasi <i>financial technology</i> terhadap beberapa UMKM di Kota Magelang
6.	Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	(Winarto, 2020)	Menganalisis adaptasi <i>financial technology</i> yang saat ini telah masuk pada sektor perbankan, koperasi, dan lembaga lainnya yang dapat memberikan keuntungan pada pelaku UMKM.
7.	Implementasi <i>Financial technology</i> dalam Pengembangan UMKM di Indonesia	(Nur Arifah, 2018)	Menganalisis keberadaan <i>financial technology</i> sebagai peluang baru bagi perekonomian di Indonesia untuk meningkatkan aktivitas bisnis di bidang UMKM secara lebih efisien dan efektif.

8.	Pengaruh <i>Financial technology</i> terhadap dorongan Pembentukan Startup di Indonesia	(Rizqi Fitriana, 2018)	Menganalisis kehadiran bisnis <i>financial technology</i> untuk memberikan berbagai macam akses keuangan diantaranya memberikan solusi dari masyarakat yang menginginkan transaksi mudah, aman, dan praktis dalam perangkat yang digunakan sehari-hari.
9.	Teknologi Finansial : Dari Keuangan Inklusif Menuju Pembangunan Inklusif melalui Skema <i>Peer to Peer (P2P) Lending</i> bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	(Hanif Alif Naufal, 2018)	Menganalisis peran UMKM yang memberikan pengaruh positif bagi perekonomian Indonesia yang sering mengalami hambatan, serta banyaknya persyaratan yang memberatkan calon nasabah dalam pemberian kredit di Indonesia.
10.	Fintech dan Cashless Society: Sebuah Revolusi Pendongkrak Ekonomi Kerakyatan	(Elshabyta Auditya Bintarto, 2018)	Menganalisis inovasi <i>financial technology</i> yang dapat memberikan dampak positif kepada masyarakat dan memberikan layanan keuangan yang dibutuhkan oleh masyarakat yang tidak didapatkan dari institusi keuangan konvensional di Indonesia.

### 2.3. Rerangka Berpikir



Gambar 2.1. Rerangka Berpikir Penelitian

### 2.4. Hipotesis Penelitian

#### 2.4.1 Pengaruh Positif Adopsi *Financial technology* dalam *Service quality, Information quality* dan *System quality* yang diberikan oleh *P2P Lending Platform* melalui *Mediating Trust* Terhadap *Borrower satisfaction*.

Terjadi dampak positif dari kepercayaan konsumen yang dihasilkan oleh kualitas layanan (Chou et al., 2014). (Budi Setiawan & Ukudi, 2007), kepercayaan konsumen sangat dipengaruhi dan dapat memberikan pengaruh positif dari kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Maka konsumen akan memberikan kepercayaan penuh atas tingginya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, konsumen juga tidak akan memberikan kepercayaannya secara penuh karena rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

Sistem informasi menghasilkan pengukuran kualitas informasi yang diberikan kepada konsumen (Jogiyanto, 2007). Menurut (Ong et al., 2009), kualitas konten yang dihasilkan dari sistem informasi dapat dijadikan sebagai pengukuran kualitas informasi.

Sistem yang menghasilkan fungsi nilai dari informasi merupakan suatu pengukuran dari kualitas informasi (Negash et al., 2003). Sehingga, kesimpulannya adalah kualitas informasi merupakan hasil dari pengukuran yang telah diproduksi oleh sistem sebagai nilai keluaran bagi konsumen. Sistem teknologi menghasilkan pengukuran suatu kualitas sistem (Jogiyanto, 2007). (Chen et al., 2010) menyatakan bahwa pengolahan sistem informasi menghasilkan pengukuran dari kualitas sistem. Sehingga kesimpulannya adalah sistem informasi menghasilkan pengukuran dari fokus interaksi antara pengguna dan sistem.

Karenanya, rumusan hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini sebagai berikut:

**H1: Pengaruh Positif Adopsi *Financial technology* terhadap *Trust*.**

**H2: Pengaruh Positif Adopsi *Financial technology* terhadap *Borrower satisfaction*.**

#### **2.4.2. Pengaruh Positif Kepercayaan dan *Borrower satisfaction* dalam penggunaan *P2P Lending Platform***

Menurut (Salovey et al., 2004), tindakan tertentu yang dilakukan seseorang tanpa pengendalian berdasarkan kemauan seseorang yang peka terhadap tindakan orang lain adalah bentuk dari sebuah kepercayaan. (Diza, 2016) menyatakan bahwa variabel kepuasan pelanggan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengguna. (Sahangamu, Stefhanie; Mananeke, Lisbeth; Sepang, 2015) memberikan bukti dari pengaruh positif yang diberikan perusahaan terhadap konsumen akan meningkatkan kepercayaan yang signifikan. (Gul et al., 2012) juga membuktikan bahwa kepuasan dipengaruhi dari variabel kepercayaan konsumen kepada perusahaan. Sehingga, rumusan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

**H3: *Trust* berpengaruh positif terhadap *Borrower satisfaction***

**H4: *Trust* sebagai variabel mediator dari hubungan Adopsi *Financial technology* terhadap *Borrower satisfaction*.**