

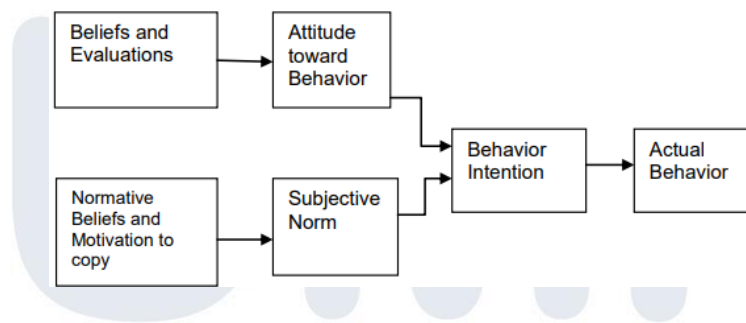
BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 *Theory of Reasoned Action (TRA)*

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975) *Theory of Reasoned Action (TRA)* atau Teori Tindakan Beralasan dirumuskan pada tahun 1967 dalam upaya untuk memberikan konsistensi dalam studi hubungan antara perilaku dan sikap. Menurut Basu (1996); Eppen et al. (1998) mengungkapkan teori ini mempertimbangkan langkah-langkah mereka dan konsekuensi dari Tindakan pengambilan keputusan melibatkan aspek rasionalitas dalam pengambilan keputusan, di mana diasumsikan bahwa keputusan tersebut dibuat dalam kondisi ketidakpastian. Kemudian menurut Basu (1996); Bazerman (2002); Eppen et al (1998) mengungkapkan proses pengambilan keputusan yang rasional mencakup harapan terhadap hasil optimal, atau di mana para pengambil keputusan menyadari semua dampak dan konsekuensi yang mungkin timbul (Mahyarni, 2013).



Gambar 2. 1 Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*)

Sumber: (Mahyarni, 2013)

Menurut Kim et al. (2008); Roh et al. (2003); Rossmann (2021) mengungkapkan bahwa niat penggunaan fintech terkendali oleh sikap pengguna fintech terhadap penggunaan fintech, yang diperoleh melalui penerapan teori tindakan beralasan (TRA) dalam lingkungan fintech. Diakui

bahwa konsumen akan terlibat dalam pertimbangan terkait layanan yang tersedia serta pemilihan layanan. Dalam menghadapi potensi ketidaknyamanan pembeli yang mungkin enggan menggunakan fintech karena pertimbangan risiko, menjadi krusial untuk memahami dengan baik aspek-aspek risiko yang dirasakan ketika menciptakan serta mempromosikan penggunaan fintech. Penelitian ini tidak mencakup norma-norma subjektif dan penggunaan aktual fintech, karena fokus utama penelitian hanya terpaku pada aspek risiko dan bagaimana hal tersebut memengaruhi niat konsumen untuk menggunakan fintech.

2.1.2 *Perceived Risk*

Perceived risk merupakan prospek pribadi konsumen terhadap penderitaan, kerugian dalam mencapai hasil yang diinginkan. konsep risiko yang dirasakan oleh pengan telah secara luas dikelola dalam saluran elektronik menggunakan perangkat IT dan terbukti memengaruhi niat dan sikap pelanggan (Grabner Krauter & Faulant, 2008). *Perceived risk* adalah pengukuran terhadap pandangan konsumen terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan saat melakukan pembelian online. *Perceived risk* sendiri merupakan bagian dari konsep situasi yang dirasakan (Li & Huang, 2009). Kemudian menurut Picaufly (2018) *perceived risk* merupakan ketidakpastian yang konsumen hadapi Ketika mereka tidak bisa melihat konsekuensi.

2.1.3 *Performance risk*

Performance risk adalah istilah umum yang mencakup kemungkinan kerugian dari peristiwa-peristiwa yang tidak dapat diprediksi, seperti kegagalan dalam proses, kesalahan, tindakan penipuan, tuntutan hukum, pelanggaran keamanan data, dan sebagainya (Uddin et al., 2024). Terdapat pendapat lain pada risiko performa yaitu sebagai kegagalan produk atau produk tidak berfungsi sesuai dengan yang dirancang dan diiklankan sehingga gagal memberikan manfaat yang diharapkan (Luo et al., 2010). Kemudian

risiko performa dalam fintech mengacu pada kemungkinan kerugian yang disebabkan oleh cacat atau kegagalan dari proses internal (Barakat & Hussainey, 2013)

2.1.4 *Financial risk*

Resiko keuangan adalah ketidakpastian yang berkaitan dengan tingkat suku bunga, keinginan pemberi pinjaman untuk menjaga atau mengalokasikan uang ke dalam bisnis, kemampuan bisnis untuk memenuhi kebutuhan arus kas dari kegiatan operasional, dan nilai pasar dari jaminan yang digunakan (Wolf & Karszes, 2024).

Kemudian risiko keuangan mencakup kemungkinan berulangnya kerugian akibat penipuan (Luo et al, 2010). Ada juga pendapat lain mengenai *Financial risk* adalah indikator paling kritis yang diadopsi oleh pengguna ponsel (Ryu, 2018).

2.1.5 *Social risk*

Resiko sosial adalah risiko bahwa memilih tempat berbelanja yang kurang baik dapat mengakibatkan rasa malu di tengah masyarakat. Resiko sosial merujuk pada pandangan bahwa pembelian suatu produk dapat menimbulkan ketidaksetujuan dari keluarga atau teman. Resiko sosial juga melibatkan potensi kehilangan status di dalam kelompok sosial karena tidak cocoknya suatu produk atau tidak setuju terhadap penggunaan Internet sebagai saluran belanja. Resiko sosial juga diidentifikasi sebagai tingkat kepercayaan konsumen bahwa konsumen dapat dinilai dan dinilai negatif karena preferensi produk mereka (Permatasari & Muthohar, 2024). Risiko social kemungkinan mendapatkan perhatian dan reaksi yang tidak menguntungkan dari memperoleh suatu produk tertentu, pelanggan yang menggunakan layanan pinjaman online dapat dipengaruhi oleh kesan positif atau negatif oleh teman atau keluarga (Littler & Melanthiou, 2006). Risiko sosial mencirikan bahwa penggunaan layanan fintech dapat mengakibatkan penilaian negatif dari

keluarga atau kelompok sosial seseorang, serta potensi kehilangan status dalam kelompok sosial (Fadare et al., 2016)

2.1.6 Time risk

Risiko waktu didefinisikan sebagai potensi kerugian waktu dan usaha, termasuk masalah yang terkait dengan navigasi situs web, waktu menunggu penerimaan produk, waktu yang dihabiskan untuk mengembalikan barang yang rusak, dan keterlambatan dalam pemrosesan dan pengiriman (Permatasari & Muthohar, 2024). Risiko waktu dapat dikatakan Ketika melakukan transfer mata uang tidak secara tepat waktu dan kesalahan terjadi selama transaksi yang mengakibatkan kehilangan waktu (Litter & Melanthiou, 2006). Alasan dari pengalaman fintech yang tidak menyenangkan yang dapat dianggap sebagai risiko waktu dapat melibatkan situs yang membingungkan dan halaman yang lambat sehingga tidak dapat diunduh (Forsythe & Shi, 2003). Hal ini dapat terlibat dalam menunggu dan waktu dapat terbuang.

2.1.7 Security risk

Risiko keamanan adalah kondisi di mana konsumen merasa telah kehilangan informasi pribadi mereka, dan pengecer online menggunakan informasi tersebut serta memberikannya kepada orang lain tanpa izin (Permatasari & Muthohar, 2024). Kemudian risiko keamanan sebagai potensi kehilangan control atas informasi pribadi seperti penggunaan informasi pribadi tanpa persetujuan atau izin (Luo et al, 2010). Terdapat pendapat lain bahwa penggunaan fintech biasanya disertai dengan potensi kerugian yang lebih tinggi seperti kerahasiaan informasi pribadi (Ryu, 2018).

2.1.8 Legal risk

Resiko hukum adalah konsekuensi hukum kritis yang timbul dari tindakan yang dapat dihubungkan dengan aktivitas organisasi. Dampak dari resiko hukum dapat mencakup risiko diadili dan tuntutan hukum untuk mendapatkan kompensasi atas kerugian yang dialami oleh pihak yang merasa dirugikan

(Moorhead & Vaughan, 2015). Kurangnya panduan tentang kerugian terkait mata uang dan masalah keamanan fintech telah menimbulkan ketakutan, kecurigaan dan ketidaknyamanan di kalangan pengguna (Keong et al., 2020). Risiko hukum merujuk pada status hukum yang tidak pasti dan regulasi yang tidak memadai pada fintech (Diana & Leon, 2020).

2.1.9 Psychological risk

Resiko psikologis mengacu pada persepsi bahwa adanya efek negatif terhadap kepuasan pelanggan atau kepuasan yang mungkin timbul akibat produk yang tidak berfungsi. Hal ini dapat menghambat banyak konsumen dari memberikan informasi kepada penyedia web untuk mengakses informasi yang ditawarkan di situs-situs web tersebut (Permatasari & Muthohar, 2024). Risiko psikologis didefinisikan sebagai risiko bahwa kinerja produk akan memiliki efek negatif pada ketenangan pikiran konsumen dan potensi kehilangan harga diri dan frustrasi karena tidak mencapai tujuan pembelian (Martins et al., 2014). Risiko psikologis merujuk pada kemungkinan bahwa produk yang dibeli menghasilkan ketidaksesuaian dengan citra diri (Kim & Lennon, 2000).

2.1.10 Overall risk

Risiko secara keseluruhan adalah indikator umum yang mencakup semua kriteria secara bersamaan (Martins et al., 2014). sebagai contoh, bahwa *Overall risk* yang dirasakan lebih besar untuk berbelanja melalui telepon dibandingkan dengan berbelanja di toko (Cox & Rich, 1964).

2.1.11 Intention to use

Menurut Ramli & Rahmawati, (2020) bahwa ketertarikan untuk menggunakan adalah niat, yang secara umum didefinisikan sebagai keinginan yang mendalam untuk melakukan sesuatu yang diinginkan. Seseorang yang memiliki informasi tentang suatu situs online dapat membuatnya tertarik

untuk melakukan sesuatu yang terkait, yang menyebabkan timbulnya rasa ketertarikan. Salah satu factor yang berkontribusi pada peningkatan niat konsumen untuk menggunakan layanan fintech adalah layanan yang nyaman, dirancang agar ramah pengguna dan dapat diakses dengan mudah (Khan et al. 2022)

2.2 Model Penelitian



Gambar 2. 2 Model Penelitian

Sumber: Adopsi Model Li et al. (2023)

Dari model penelitian pada gambar 2.2, memiliki hipotesa sebagai berikut:

H1: Performance risk berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*,

H2: Financial risk berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*,

H3: Social risk berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*,

H4: Time risk berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*,

H5: Security risk berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*,

H6: Legal risk berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*,

H7: Psychological risk berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*,

H8: Overall risk berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh *Performance risk* terhadap *Intention to use*

Performance risk didefinisikan sebagai kemungkinan kerugian dari peristiwa-peristiwa yang tidak dapat diprediksi, seperti kegagalan dalam proses, kesalahan, tindakan penipuan, tuntutan hukum, pelanggaran keamanan data, dan sebagainya (Uddin et al.,2024). Penelitian yang dilakukan oleh Fadare et al., (2016) dengan hasil variabel *Performance risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*. Kemudian Khuong et al. (2022) melakukan penelitian di wilayah Vietnam dengan jumlah survei sebanyak 161, variabel *Performance risk* berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan. Menurut Li et al. (2024) melakukan penelitian di wilayah Pakistan dengan jumlah responden sebanyak 210, dengan hasil variable *Performance risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*.

Hal ini mengakibatkan semakin besarnya kendala mengoperasikan aplikasi maka semakin kecil niat untuk menggunakan aplikasi dan dapat mengakibatkan kekhawatiran bahwa system server mati atau terputusnya internet saat melakukan peminjaman keadaan ini bisa mengakibatkan kerugian yang tidak terduga.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti mengusulkan hipotesis berikut:

H1: *Performance risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*

2.3.2 Pengaruh *Financial risk* terhadap *Intention to use*

Financial risk merupakan ketidakpastian yang berkaitan dengan tingkat suku bunga, keinginan pemberi pinjaman untuk menjaga atau mengalokasikan uang ke dalam bisnis, kemampuan bisnis untuk memenuhi kebutuhan arus kas dari kegiatan operasional, dan nilai pasar dari jaminan yang digunakan (Wolf & Karszes, 2024). Pada penelitian yang dilakukan oleh Fadare et al., (2016) variabel *Financial risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Keong et al., (2020) di wilayah Malaysia dengan jumlah 302 partisipasi, variabel *Financial risk* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan. Kemudian Al-Afeef et al. (2024) melakukan penelitian di lima negara timur tengah yaitu Jordan, Kuwait, Saudi Arabia, Qatar, dan Uni Emirat Arab dan mendapatkan sebanyak 500 responden, variabel *Financial risk* berpengaruh negatif pada niat menggunakan.

Hal ini dapat dinyatakan bahwa masyarakat takut kehilangan uang saat melakukan peminjaman dari akun mereka melalui penggunaan internet yang disebut sebagai potensi kerugian ekonomi akibat kesalahan dalam meminjam.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti mengusulkan hipotesis berikut:

H2: *Financial risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*

2.3.2 Pengaruh *Social risk* terhadap *Intention to use*

Social risk adalah risiko bahwa memilih tempat berbelanja yang kurang baik dapat mengakibatkan rasa malu di tengah masyarakat. Resiko sosial juga melibatkan potensi kehilangan status di dalam kelompok sosial karena tidak cocoknya suatu produk atau tidak setuju terhadap penggunaan Internet sebagai saluran belanja. Resiko sosial juga merujuk pada pandangan bahwa pembelian

suatu produk dapat menimbulkan ketidaksetujuan dari keluarga atau teman (Permatasari & Muthohar, 2024). Pada penelitian yang dilakukan oleh Li et al., (2023) variabel *Social risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*. Kemudian menurut penelitian yang dilakukan oleh Fadare et al., (2016) dengan variabel *Social risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*. Menurut Agha dan Saeed (2015) melakukan penelitian dengan hasil variabel *Social risk* berpengaruh negatif terhadap minat.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti mengusulkan hipotesis berikut:

H3: *Social risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*

2.3.3 Pengaruh *Time risk* terhadap *Intention to use*

Risiko waktu didefinisikan sebagai potensi kerugian waktu dan usaha, termasuk masalah yang terkait dengan navigasi situs web, waktu menunggu penerimaan produk, waktu yang dihabiskan untuk mengembalikan barang yang rusak, dan keterlambatan dalam pemrosesan dan pengiriman (Permatasari & Muthohar, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Fadare et al., (2016) menunjukkan variabel *Time risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*. Kemudian Keong et al., (2020) melakukan penelitian dengan variabel *Time risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*. Kemudian menurut penelitian yang dilakukan oleh Andrian Frangky Selamat (2021) melakukan penelitian di Indonesia dengan 130 responden dan variabel *Time risk* tidak berpengaruh terhadap minat.

Hal ini dapat dinyatakan bahwa risiko waktu dapat diidentifikasi dengan periode yang terlibat dalam menangani peminjam yang salah.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti mengusulkan hipotesis berikut:

H4: *Time risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*

2.3.4 Pengaruh *Security risk* terhadap *Intention to use*

Risiko keamanan adalah kondisi di mana konsumen merasa telah kehilangan informasi pribadi mereka, dan pengecer online menggunakan informasi tersebut serta memberikannya kepada orang lain tanpa izin (Permatasari & Muthohar, 2024). Pada penelitian yang dilakukan oleh Al-Afeef et al. (2024) melakukan penelitian di lima negara timur tengah yaitu Jordan, Kuwait, Saudi Arabia, Qatar, dan Uni Emirat Arab dan mendapatkan sebanyak 500 responden, variabel *Security risk* berpengaruh negatif pada niat penggunaan. Khuong et al. (2022) melakukan penelitian di wilayah Vietnam dengan jumlah survei sebanyak 161 dan variabel *Security risk* berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan. Kemudian Tran (2020) melakukan penelitian dengan 306 responden, variabel *Security risk* berpengaruh negatif terhadap minat.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti mengusulkan hipotesis berikut:

H5: *Security risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*

2.3.5 Pengaruh *Legal risk* terhadap *Intention to use*

Resiko hukum adalah konsekuensi hukum kritis yang timbul dari tindakan yang dapat dihubungkan dengan aktivitas organisasi. Dampak dari resiko hukum dapat mencakup risiko diadili dan tuntutan hukum untuk mendapatkan kompensasi atas kerugian yang dialami oleh pihak yang merasa dirugikan (Moorhead & Vaughan, 2015). Pada penelitian yang dilakukan oleh Keong et al., (2020) variabel *Legal risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Keong et al., (2020) di wilayah Malaysia dengan jumlah 302 partisipasi, variabel *Legal risk* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan. Kemudian Al-Afeef et al. (2024) melakukan penelitian di lima negara timur tengah yaitu Jordan, Kuwait, Saudi Arabia,

Qatar, dan Uni Emirat Arab dan mendapatkan sebanyak 500 responden, variabel *Legal risk* berpengaruh negatif pada niat penggunaan.

Hal ini dapat dinyatakan bahwa risiko hukum mencakup risiko terkait data dan privasi pelanggan serta perlindungan system keuangan, keamanan dan regulasi yang dijamin sebelum diimplementasikan. Dengan peningkatan risiko hukum konsumen memiliki niat yang rendah untuk menggunakan fintech, maka konsumen khawatir dengan risiko hukum dan karena itu enggan untuk menggunakan fintech.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti mengusulkan hipotesis berikut:

H6: *Legal risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*

2.3.6 Pengaruh *Psychological risk* terhadap *Intention to use*

Risiko psikologis mengacu pada persepsi bahwa adanya efek negatif terhadap kepuasan pelanggan atau kepuasan yang mungkin timbul akibat produk yang tidak berfungsi. Hal ini dapat menghambat banyak konsumen dari memberikan informasi kepada penyedia web untuk mengakses informasi yang ditawarkan di situs-situs web tersebut (Permatasari & Muthohar, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Li et al., (2023) variabel *Psychological risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*. Kemudian menurut penelitian yang dilakukan oleh Selamat (2021) melakukan penelitian di Indonesia dengan 130 responden dan variabel *Psychological risk* tidak berpengaruh terhadap minat. Menurut Khuong (2022) melakukan penelitian dengan hasil variabel *Psychological risk* berpengaruh negatif terhadap niat.

Hal ini dapat dinyatakan bahwa saat ini konsumen lebih matang daripada zaman dahulu. Ketika teknologi masih baru dan konsumen lebih khawatir tentang setiap langkah penggunaan fintech.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti mengusulkan hipotesis berikut:

H7: *Psychological risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*

2.3.7 Pengaruh *Overall risk* terhadap *Intention to use*

Risiko secara keseluruhan adalah indikator umum yang mencakup semua kriteria secara bersamaan (Martins et al., 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Li et al., (2023) variabel *Overall risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*. Kemudian menurut penelitian yang dilakukan oleh Selamat (2021) melakukan penelitian di Indonesia dengan 130 responden dan variabel *perceived risk* atau *Overall risk* tidak berpengaruh terhadap minat. Menurut Pelaez et al. (2017) mengungkapkan bahwa *perceived risk* atau *Overall risk* berhubungan negatif dengan niat.

Hal ini menunjukkan bahwa fintech saat ini merupakan kebutuhan konsumen meskipun merupakan risiko tetapi tetap menggunakan fintech

Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti mengusulkan hipotesis berikut:

H8: *Overall risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to use*

2.4 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul Penelitian	Temuan Inti
1	Fadare, O. A., Ibrahim, M. B., & Edogbanya, A. (2022, 02 14).	A Survey on Perceived Risk and Intention of Adopting Internet Banking.	Pengertian perceived risk
	Uddin, M. H., Mollah, S., Islam, N., & Ali, M. H. (2024).	Technological Forecasting & Social Change. <i>Does digital transformation matter for operational risk exposure?</i>	Pengertian Performance risk/operational risk
	Wolf, C.A., & Karszes, J. (2024, 03)	<i>Financial risk and resiliency on US dairy farms:</i>	Pengertian Financial risk

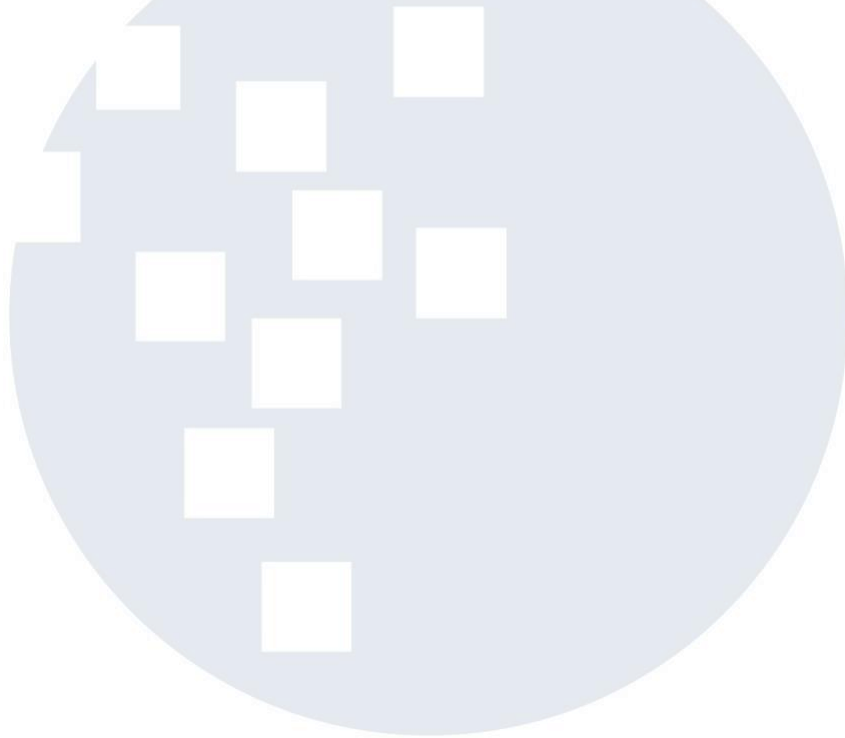
		Measures, thresholds, and management implications.	
	Permatasari, D. N., & Muthohar, M. (2024, 08 17)	<i>The Effect of Perceived Risk on Consumer's Online Purchase Intention at Zalora for Muslim Clothing Product</i> , 23(19), 117-133.	Pengertian Social risk, Time risk, Security risk, Psychological risk.
	Moorhead, R., & Vaughan, S. (2015)	<i>Legal risk: Definition, Management and Ethics.</i>	Pengertian Legal risk
	Martins, C., Oliveira, T., & Popovic, A. (2014)	Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application.	Pengertian Overall risk
	Ramli, Y., & Rahmawati, M. (2020, 07 03)	The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness that Influence Customer's <i>Intention to use</i> Mobile Banking Application.	Pengertian <i>Intention to use</i>
	Keong, O. C., Leong, T. K., & Bao, C. J. (2020, 6).	Perceived Risk Factors Affect <i>Intention to use</i> FinTech.	Hasil penelitian digunakan untuk mendukung hipotesis 1, hipotesis 2, dan

			hipotesis 6
	Khuong, N. V., Phuong, N. T. T., Liem, N. T., Thuy, C. T. M., & Son, T. H. (2022, 02).	Factors Affecting the <i>Intention to use</i> Financial Technology among Vietnamese Youth: Research in the Time of COVID-19 and Beyond.	Hasil penelitian digunakan untuk mendukung hipotesis 1 dan hipotesis 5
	Melasari, C., Suroso, A., & Banani, A. (2018).	PENGARUH KEPERCAYAAN, KEGUNAAN, KEMUDAHAN, PRIVACY RISK, <i>TIME RISK</i> , DAN <i>FINANCIAL RISK</i> TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING BANK MUAMALAT	Hasil penelitian digunakan untuk mendukung hipotesis 2 dan hipotesis 4
	Al-Afeef, M. A. M., Fraihat, B. A. M., Alhawamdeh, H., Hijazi, H. A., Al-Afeef, M. A., Nawasr, M., & Rabi, A. M. (2024).	Factors affecting middle eastern countries' <i>Intention to use</i> financial technology.	Hasil penelitian digunakan untuk mendukung hipotesis 2, hipotesis 5 dan hipotesis 6
	Selamat, A. F. (2021).	The Influence of Consumer's Perceived Risk on Consumer's Online Purchase Intention in Indonesia.	Hasil penelitian digunakan untuk

			mendukung hipotesis 3, hipotesis 4, hipotesis 7 dan hipotesis 8
	Udoka, O. (2019).	Risk Perceptions and Online Shopping Intention among Internet Users in Nigeria.	Hasil penelitian digunakan untuk mendukung hipotesis 3 dan hipotesis 7
	Pham, V. T., Dung, D. V., Mai, P. V. N., Anh, T. N., & Anh, H. D. (2021, 4).	Effect of Perceived Risk, Perceived Value to <i>Intention to use</i> Momo EWallet.	Hasil penelitian digunakan untuk mendukung hipotesis 4
	Tran, V. D. (2020).	The Relationship among Product Risk, Perceived Satisfaction and Purchase Intentions for Online Shopping.	Hasil penelitian digunakan untuk mendukung hipotesis 5
	Anastasia, N., & Santoso, S. (2020).	Effects of Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Perceived Risk, and Perceived Usefulness	Hasil penelitian digunakan untuk mendukung hipotesis 8

		towards Intention.	
--	--	--------------------	--

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA