

**PENGARUH *HEDONIC MOTIVATION, PRICE VALUE*
DAN RISK PERCEPTION TERHADAP *FINTECH*
ADOPTION PADA KALANGAN MAHASISWA DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Jacelyn Wangdra

210810078

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH *HEDONIC MOTIVATION, PRICE VALUE*
DAN *RISK PERCEPTION* TERHADAP *FINTECH*
ADOPTION PADA KALANGAN MAHASISWA DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Jacelyn Wangdra

210810078

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda-tangan di bawah ini saya:

Nama : Jacelyn Wangdra
NPM : 210810078
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH *HEDONIC MOTIVATION, PRICE VALUE, DAN RISK PERCEPTION* TERHADAP *FINTECH ADOPTION* PADA KALANGAN MAHASISWA DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 23 Januari 2025



Jacelyn Wangdra
210810078

**PENGARUH HEDONIC MOTIVATION, PRICE VALUE DAN
RISK PERCEPTION TERHADAP FINTECH ADOPTION PADA
KALANGAN MAHASISWA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Jacelyn Wangdra
210810078**

**Telah disetujui Oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 23 Januari 2025



**Hermaya Ompusunggu, S.E., M. Ak
Pembimbing**

ABSTRAK

Pada masa sekarang ini, Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam semakin banyak menggunakan layanan *fintech* atau *financial technology* sebagai solusi pengelolaan keuangan. *Fintech* adalah layanan yang dibuat untuk mendukung proses transaksi untuk menjadi lebih cepat. Mahasiswa terkadang tidak menyadari bahwa *fintech* dapat mengubah gaya hidup menjadi konsumtif, adanya perbedaan persepsi pada nilai harga yang dikeluarkan, dan paling terakhir adanya timbul rasa takut. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh motivasi hedonis, nilai harga, dan persepsi risiko terhadap adopsi *fintech* di kalangan mahasiswa di Batam. Penelitian ini digunakan dengan teknik kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus *Slovin* yang berjumlah 167 responden sebagai alat penentu jumlah sampel yang terpilih dengan menggunakan *purposive sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form. Uji statistik deskriptif, uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas menggunakan SPSS 24. Hasil analisis regresi terhadap 167 mahasiswa Akuntansi di Batam menunjukkan bahwa Motivasi Hedonik (X1) dan Nilai Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Adopsi Fintech (Y). Persepsi Risiko (X3) sebaliknya tidak terlalu signifikan. Uji F menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan cukup signifikan ($F = 116.228$; $p < 0.05$), artinya ketiga variabel secara bersama-sama mempengaruhi Adopsi Fintech. Nilai R^2 sebesar 0,681 menunjukkan bahwa 68,1% variansi Adopsi Fintech dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya sebesar 31,9% disebabkan oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Motivasi Hedonic, Nilai Harga, Persepsi Risiko, Penggunaan Fintech

ABSTRACT

Nowadays, Accounting students in Batam City are increasingly using Fintech services as a financial management solution. Fintech is a service provider that supports the transaction process to be faster. Students sometimes do not realize that Fintech had changed their lifestyle to become more consumptive, did not realize that there are differences in perception of the value of the prices paid, and most recently the emergence of fear. This research aims to investigate the influence of hedonic motivation, price value and risk perception towards Fintech Adoption among students in Batam. This research used quantitative techniques. The sampling technique that was used is the Slovin Formula with a total of 167 respondents as a means of determining the number of samples selected using purposive sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires via Google Form. Descriptive statistical test, validity test, reliability tests, and normality test used SPSS 26. The results of regression analysis to 167 Accounting students in Batam show that Hedonic Motivation (X1) and Price Value (X2) has positive and significant effect on Fintech Adoption (Y). Risk Perception (X3) on the other hand, is not as significant. The F-test shows that the regression model was significant enough overall ($F = 116.228$; $p < 0.05$), meaning the three variables collectively influenced Fintech Adoption. An R^2 value of 0.681 suggested that 68.1% of the variance in Fintech Adoption was explained by the model, while the remaining 31.9% was attributed to other factors outside the study.

Keywords: *fintech adoption, hedonic motivation, price value, risk perception, Fintech Adoption*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa telah melimpahkan segala rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk dapat menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Akuntansi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi berikut masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik serta saran akan senantiasa penulis terima dengan sukacita. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S. Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I. Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Ibu Viola Syukrina E Janrosi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Putera Batam
4. Ibu Hermaya Ompusunggu, S.E., M. Ak, selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dengan seksama.
5. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Putera Batam
6. Kedua Orang tua beserta dengan keluarga besar saya yang telah mendoakan untuk saya.
7. Seluruh teman, sahabat, serta semua pihak yang sudah memberikan dukungan serta bantuan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa dapat memberikan kelimpahan berkat dan anugerah-Nya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini.

Batam, 25 Juli 2025



Jacelyn Wangdra

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Teori Dasar Penelitian	11
2.1.1 Theory of Planned Behaviour	11
2.1.2 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology	13
2.2 Hedonic Motivation	16
2.2.1 Definisi Hedonic Motivation	16
2.2.2 Dimensi Motivasi Hedonis	17
2.2.3 Kategori Motivasi Hedonis.....	18
2.3 Price Value	20
2.3.1 Definisi <i>Price Value</i>	20
2.3.2 Indikator Price Value	21
2.3.3 Dimensi Price Value	23
2.4 Risk Perception....	24

2.4.1 Dimensi Persepsi Risiko (<i>Risk Perception</i>)	25
2.5 Financial Technology	26
2.5.1 Jenis-Jenis Fintech.....	27
2.5.2 Manfaat Fintech	28
2.6 Penelitian Terdahulu.....	29
2.7 Kerangka Pemikiran.....	33
2.8 Hipotesis Penelitian	33
2.8.1 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap Minat Penggunaan <i>Fintech</i>	33
2.8.2 Pengaruh <i>Price Value</i> Terhadap Minat Penggunaan <i>Fintech</i>	34
2.8.3 Pengaruh <i>Risk Perception</i> Terhadap Minat Penggunaan <i>Fintech</i>	36
2.8.4 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> , <i>Price Value</i> , dan <i>Risk Perception</i> Terhadap Minat Penggunaan <i>Fintech</i>	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Operasional Variabel	40
3.2.1 Variabel Dependen	41
3.2.2 Variabel Independen.....	43
3.2.2.1 Hedonic Motivation (X_1)	43
3.2.2.2 Price Value (X_2).....	45
3.2.2.3 Risk Perception (X_3).....	46
3.3 Populasi dan Sampel	48
3.3.1 Populasi	48
3.3.2 Sampel	49
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	50
3.4.1 Jenis Data.....	50
3.4.2 Sumber Data	51
3.4.2.1 Data Primer	51
3.4.2.2 Data Sekunder	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.6 Metode Analisis Data	53
3.6. Uji Statistik Deskriptif	53
3.6.2 Uji Instrumen	53
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	54

3.6.4 Analisis Regresi Berganda.....	56
3.6.5 Uji Hipotesis	57
3.7 Jadwal Penyusunan Penelitian.....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Analisis Deskriptif.....	63
4.1.1 Karakteristik Responden	63
4.1.2 Variabel Motivasi Hedonis (X1)	66
4.1.3 Variabel <i>Perceived Value</i> (X2).....	67
4.1.4 Variabel Persepsi Risiko (X3).....	69
4.1.5 Variabel Adopsi <i>Fintech</i> (Y).....	70
4.1.5 Uji Statistik Deskriptif.....	71
4.2 Uji Instrumen.....	73
4.2.1 Uji Validitas	73
4.2.2 Uji Reliabilitas	75
4.3 Uji Asumsi Klasik	77
4.3.1 Uji Normalitas.....	77
4.3.2 Uji Multikolinieritas	80
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	82
4.4 Analisis Regresi Berganda	85
4.5 Uji Hipotesis.....	88
4.5.1 Uji F (Serempak/Simultant).....	90
4.5.2 Uji t (Parsial).....	88
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi	92
4.5.4 Analisis Hipotesis.....	94
BAB V PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 2	Jumlah Mahasiswa Akuntansi per Tahun 2023 di Batam.....	2
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3. 1	Nilai Pilihan Jawaban Responden.....	52
Tabel 3. 2	Jadwal Penyusunan Penelitian.....	62
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden.....	63
Tabel 4. 2	Usia Responden	64
Tabel 4. 3	Lama Penggunaan Fintech Responden	65
Tabel 4. 4	Skor Variabel Motivasi Hedonis (X1).....	66
Tabel 4. 5	Skor Variabel Price Value (X2).....	67
Tabel 4. 6	Skor Variabel Persepsi Risiko (X3).....	69
Tabel 4. 7	Skor Variabel Adopsi Fintech (Y).....	70
Tabel 4. 8	Hasil Uji Statistik Deskriptif	72
Tabel 4. 9	Hasil Pengujian Validitas.....	74
Tabel 4. 10	Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4. 11	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	79
Tabel 4. 12	Hasil Uji Multikolinearitas	81
Tabel 4. 13	Hasil Uji Glesjer.....	83
Tabel 4. 14	Hasil Regresi Berganda	86
Tabel 4. 15	Hasil Uji T	89
Tabel 4. 16	Hasil Uji F	91
Tabel 4. 17	Hasil Uji Koefisien Determinasi	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka <i>Theory of Planned Behaviour</i> Sumber	11
Gambar 2. 2 Kerangka <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>) .	13
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	39
Gambar 4. 1 Grafik Histogram	77
Gambar 4. 2 Grafik P-P Plot of Standardized Residual.....	78
Gambar 4. 3 Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas	84

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus <i>Slovin</i>	49
Rumus 3. 2 Rumus <i>Cronbach Alpha</i>	54
Rumus 3. 3 Rumus Regresi Linear Berganda.....	57
Rumus 3. 4 Rumus Koefisien Determinasi	61