

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi keamanan dan persepsi risiko terhadap intensi penggunaan Kredivo pada Masyarakat Yogyakarta. Sampel pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling pada konsumen yang berniat menggunakan Kredivo dimasa mendatang. Teknik pengambilan data melalui kuesioner dengan menggunakan google form dengan responden sejumlah 100 responden. hasilnya akan diolah menggunakan software Microsoft Excel dan SPSS 26 dengan menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil pada penelitian ini mendapatkan kesimpulan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan kredivo dengan hasil uji t yaitu  $0,000 < 0,05$  serta koefisien regresi bernilai positif 0,726, Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kredivo dengan  $0,001 < 0,05$  dan koefisien regresi sebesar 0,413 bernilai positif. Sedangkan untuk Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan kredivo hasil uji t variabel Risiko memiliki nilai signifikansi  $0,909 > 0,05$  dan koefisien regresi sebesar 0,006. Pada hasil uji determinasi variabel independen (manfaat, keamanan, dan risiko) terdapat pengaruh sebesar 57,2% terhadap variabel dependen (intensi penggunaan). Sedangkan sebanyak 42,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

**Kata Kunci:** Manfaat, Keamanan, Risiko, Intensi Penggunaan

## ABSTRACT

This study aims to analyze and determine the influence of perceived usefulness, security, and risk on the intention to use Kredivo among the Yogyakarta community. The sample in this study used purposive sampling method on consumers who intend to use Kredivo in the future. Data collection was done through a questionnaire using Google Forms with 100 respondents. The data was processed using Microsoft Excel and SPSS 26 software using multiple linear regression method. The results of this study concluded that perceived benefits have a positive influence on the intention to use Kredivo with a t-test result of  $0.000 < 0.05$  and a positive regression coefficient of 0.726. Perceived security has a positive influence on the intention to use Kredivo with  $0.001 < 0.05$  and a positive regression coefficient of 0.413. However, perceived risk does not have a significant influence on the intention to use Kredivo, as the t-test result for the risk variable has a significance value of  $0.909 > 0.05$  and a regression coefficient of 0.006. The results of the determination test show that the independent variables (benefits, security, and risk) have a 57.2% influence on the dependent variable (usage intention), while 42.8% is influenced by other variables.

**Keywords:** *Usefulness, Security, Risk, Usage Intention*