

**DETERMINAN PENGGUNAAN *M-PAYMENT* PADA GENERASI  
MILENIAL MUSLIM: EFEK MODERASI PENGETAHUAN TENTANG  
RIBA  
(STUDI KASUS DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA-1 (S1) EKONOMI**

**OLEH:**

**ALYA LAILI UTDKHIATI**

**NIM. 18108030009**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
YOGYAKARTA  
2022**

**DETERMINAN PENGGUNAAN *M-PAYMENT* PADA GENERASI  
MILENIAL MUSLIM: EFEK MODERASI PENGETAHUAN TENTANG  
RIBA  
(STUDI KASUS DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA-1 (S1) EKONOMI**

**OLEH:**

**ALYA LAILI UTDKHIATI**  
**NIM. 18108030009**

**DOSEN PEMBIMBING:**

**Dr. ABDUL QOYUM, S.E.I., M.Sc Fin**

**NIP. 19850603 201503 1 007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI YOGYAKARTA  
2022**

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-666/Un.02/DEB/PP.00.9/06/2022

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN PENGGUNAAN M-PAYMENT PADA GENERASI MILENIAL MUSLIM: EFEK MODERASI PENGETAHUAN TENTANG RIBA (STUDI KASUS DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALYA LAILI UTDKHIATI  
Nomor Induk Mahasiswa : 18108030009  
Telah diujikan pada : Senin, 30 Mei 2022  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Dr. Abdul Qoyum, S.E.I., M.Sc.Fin.  
SIGNED

Valid ID: 62a050dd33e9a



Penguji I  
Rizaldi Yusufiarto, S.Pd., M.M.  
SIGNED

Valid ID: 6294a62a9650



Penguji II  
Anniza Citra Prajasari, SE.I., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 629dc398d5705



Yogyakarta, 30 Mei 2022  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 62a83e29ac4f3

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Alya Laili Utdkhiati  
Kepada  
**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**  
Di – Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa Skripsi saudara:

Nama : Alya Laili Utdkhiati

NIM : 18108030009

Judul Skripsi : Determinan Penggunaan *M-Payment* pada Generasi Milenial Muslim: Efek Moderasi Pengetahuan Tentang Riba (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Prodi Manajemen Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata-1 (S1) Ekonomi

Dengan ini kami berharap agar Skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqasyah kan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, 10 April 2022

Pembimbing



**Dr. Abdul Ooyum, S.E.I., M.Sc. Fin**

NIP. 19850603 201503 1 007

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alya Laili Utdkhiati  
NIM : 18108030009  
Jurusan/Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“Determinan Penggunaan *M-Payment* pada Generasi Milenial Muslim: Efek Moderasi Pengetahuan tentang Riba (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 10 April 2022

Penulis,

  
10000  
METERAI  
TEMPEL  
BBB7BA.X834918127  
Alya Laili Utdkhiati

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alya Laili Utdkhiati  
NIM : 18108030009  
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Determinan Penggunaan *M-Payment* pada Generasi Milenial Muslim: Efek Moderasi Pengetahuan tentang Riba (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta  
Pada tanggal 10 April 2022

  
(Alya Laili Utdkhiati)

## HALAMAN MOTTO

خير الناس أنفعهم للناس

“Sebaik- baik manusia adalah orang yang bermanfaat bagi manusia  
(H.R Ahmad & Tarbani) ”

“Harta yang kamu makan akan jadi kotoran, harta yang kamu simpan akan jadi warisan atau jadi rebutan, tapi harta yang kamu sedekahkan InsyaAllah akan jadi tabungan kamu yang paling abadi di akhirat” –  
Buya Hamka – Yusuf Hamka

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN



Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT dan Shalawat serta salam  
tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya yang saya sayangi, Bapak Bahrikal Alam dan Ibu Sudyanti yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang untuk anak – anaknya, untuk kakak ku, Mutia Afifah yang selalu memberikan arahan, nasihat, dan dukungan dan kepada adik saya yang selalu setia menemani dan menghibur  
Azzam Ahsandin.

Terimakasih kepada Dosen Pembimbing Akademik Bapak Dr. H. M. Yazid Affandi, M.Ag, Dosen Pembimbing Skripsi Bapak Dr. Abdul Qoyum, S.E.I., M.Sc. Fin, dan Dosen Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Bapak Rizaldi Yusfiarto, S.Pd., M.M yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada saya.

Terima kasih kepada Almamater UIN Sunan Kalijaga, terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah memberikan ruang untuk saya belajar.



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bâ'	b	Be
ت	Tâ'	t	Te
ث	Ŝâ'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jîm	J	Je
ح	Hâ'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khâ'	kh	ka dan ha
د	Dâl	d	De
ذ	Zâl	z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Râ'	r	er
ز	Zâi	z	zet
س	Sîn	s	es

ش	Syîn	sy	es dan ye
ص	Şâd	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍâd	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭâ'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zâ'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`Ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fâ'	f	ef
ق	Qâf	q	ki
ك	Kâf	k	ka
ل	Lâm	l	el
م	Mîm	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wâwu	w	we
ه	Hâ'	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Yâ'	Y	Ye

## B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعدّدة	Ditulis	<i>Muta' aqqidah</i>
عدّة	Ditulis	'iddah

## C. Konsonan Tunggal

Semua tā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علّة	Ditulis	'illah
كرامة الأوتياء	Ditulis	<i>karâmah al-aulyâ'</i>

## D. Vokal Pendek dan Penerapannya

Semua tā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

---َ---	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
---ِ---	Kasrah	Ditulis	<i>i</i>
---ُ---	ḍammah	Ditulis	<i>u</i>

فَعْلٌ	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	Ditulis	<i>zukira</i>
يَذْهَبُ	ḍammah	Ditulis	<i>yazhabu</i>

### E. Vokal Panjang

Fathah + alif جا هلية	Ditulis Ditulis	Â Jâhiliyyah
Fathah + ya <sup>mati</sup> تنسي	Ditulis Ditulis	Â Tansâ
Kasrah + yâ mati كريم	Ditulis Ditulis	î Karîm
Dammah + wawu mati فروض	Ditulis Ditulis	û Furûd

### F. Vokal Rangkap

Fathah + yâ <sup>mati</sup> بينكم	Ditulis Ditulis	ai bainakum
Fathah + wâwu mati قول	Ditulis Ditulis	au qaul

### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم	Ditulis	A'antum
أعدت	Ditulis	U'iddat
لئن شكرتم	Ditulis	La'in syakartum

### H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	Al-Qur'ân
القياس	Ditulis	Al-Qiyâs

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis dengan huruf pertama *Syamsiyah* tersebut

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>As-Samâ'</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

### I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>Żawi al-furûd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur bagi Allah atas segala hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Determinan Penggunaan *M-Payment* pada Generasi Milenial Muslim: Efek Moderasi Pengetahuan Tentang Riba (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta)”**. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpah curah kan kehadirat junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya.

Alhamdulillah atas ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat terealisasi. Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, semoga dapat menjadi perbaikan untuk penelitian selanjutnya. Dalam kesempatan ini sudah sepatutnya penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. H. M. Yazid Affandi, M.Ag. selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan arahan untuk penelitian ini.
4. Bapak Dr. Abdul Qoyum, S.E.I., M.Sc. Fin. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dengan sabar, memberikan arahan, dan dukungan untuk penelitian ini.
5. Bapak Rizaldi Yusfiarto, S.Pd., M.M. selaku Dosen Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membimbing dalam menentukan topik penelitian dan memberikan arahan terkait kendala yang dialami selama proses olah data.

6. Bapak/Ibu Dosen serta Staf Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kontribusi besar bagi penulis yakni berupa ilmu.
7. Staf dan Karyawan Tata Usaha Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang membantu dalam hal administrasi serta membantu selama proses perkuliahan hingga detik terakhir penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Bahrikal Alam dan Ibu Sudiyanti selaku kedua orang tua penulis yang telah memberikan kasih sayang dan mendidik dengan nilai-nilai kehidupan dan agama yang baik, serta doa dan dukungan yang luar biasa diberikan kepada penulis hingga saat ini. Banyak perjuangan dan rasa sakit yang kalian lalui, tapi saya berjanji tidak akan membiarkan semua sia-sia. Doa kalian akan menjadikan penulis tumbuh menjadi yang terbaik yang penulis bisa.
9. Ibu Mutia Afifah, Bapak Aldy Ahsandin, dan Azzam Ahsandin selaku keluarga yang memberikan dukungan penuh dalam bentuk materil dan immaterial hingga detik terakhir penyusunan skripsi ini.
10. Hanezsya Camila Ibrahim dan Khoiruna Arifah selaku teman seperjuangan yang selalu menemani dan memberikan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
11. Muh Rafli Pasha Khatami selaku teman hidup yang selalu memberikan dukungan penuh di setiap langkah penulis hingga saat ini dan seterusnya.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah memberikan balasan atas kebaikan yang diberikan kepada penulis.
13. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wana thank me for doing all theses hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive. I wanna thank*

*me for trying to do more right than wrong. I wanna thank me for just being me at all times.*

Yogyakarta, 10 April 2022

Penulis,



Alya Laili Utdkhiati  
NIM. 18108030009



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	vii
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxi
ABSTRAK.....	xxii
ABSTRACT.....	xxiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II.....	11
LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Technology Acceptance Model (TAM) Theory.....	11

2.	<i>Diffusion of Innovation Theory</i> .....	15
3.	<i>Perceived Risk</i> (persepsi risiko) .....	17
4.	Religiusitas .....	18
5.	<i>Knowledge About Riba</i> (pengetahuan tentang <i>riba</i> ) .....	19
6.	<i>Mobile Payment (M-Payment)</i> .....	21
7.	Generasi milenial.....	22
B.	Kajian Pustaka .....	23
C.	Pengembangan Hipotesis .....	28
1.	Hubungan Persepsi Kemudahan terhadap Adopsi <i>M-Payment</i> .....	28
2.	Hubungan Persepsi Kemanfaatan terhadap Adopsi <i>M-Payment</i> .....	28
3.	Hubungan Keuntungan Terhadap Adopsi <i>M-Payment</i> .....	29
4.	Hubungan Persepsi Risiko Terhadap Adopsi <i>M-Payment</i> .....	30
5.	Hubungan Religiusitas Terhadap Adopsi <i>M-Payment</i> .....	31
6.	Pengetahuan Tentang Riba Sebagai Variabel Moderasi .....	31
D.	Kerangka Berpikir .....	33
BAB III .....		35
METODE PENELITIAN.....		35
A.	Jenis Penelitian .....	35
B.	Populasi dan Sampel .....	35
C.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	36
1.	Variabel Eksogen (X).....	36
2.	Variabel Endogen (Y) .....	40
3.	Variabel Moderasi (Z).....	41
D.	Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	41
E.	Teknik Analisis Data.....	43

1. Evaluasi model pengukuran ( <i>outer model</i> atau <i>measurement model</i> )	44
2. Evaluasi Model Struktural ( <i>inner model</i> atau <i>structural model</i> )	46
3. Pengujian Hipotesis	46
BAB IV	47
HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian/Sampel	47
1. Beragama Islam	47
2. Jenis Kelamin	48
3. Tahun Kelahiran	49
4. Pendidikan Terakhir	49
5. Jenis Pekerjaan	50
6. Tempat Tinggal	51
B. Analisis Deskriptif	52
1. Persepsi Kemudahan ( <i>Perceived Ease of Use</i> )	52
2. Persepsi Kemanfaatan ( <i>Perceived Usefulness</i> )	53
3. Keuntungan Relatif ( <i>Relative Advantage</i> )	54
4. Persepsi Risiko ( <i>Perceived Risk</i> )	55
5. Religiusitas	56
6. Pengetahuan tentang Riba ( <i>Knowledge about Riba</i> )	57
7. Adopsi <i>M-Payment</i>	58
C. Pengujian Hipotesis	59
1. Model Pengukuran	60
2. Model Struktural	71
3. Uji Hipotesis	72
D. Pembahasan	74

1. Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Adopsi <i>M-Payment</i> .....	74
2. Persepsi Kemanfaatan berpengaruh terhadap Adopsi <i>M-Payment</i> ....	76
3. Keuntungan Relatif berpengaruh terhadap Adopsi <i>M-Payment</i> .....	77
4. Persepsi Risiko berpengaruh terhadap Adopsi <i>M-Payment</i> .....	78
5. Religiusitas berpengaruh terhadap Adopsi <i>M-Payment</i> .....	79
6. Pengetahuan tentang Riba berpengaruh terhadap Adopsi <i>M-Payment</i> 80	
BAB V.....	84
PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Keterbatasan Penelitian.....	86
C. Saran .....	86
DAFTAR PUSTAKA .....	88
LAMPIRAN.....	100
<i>CURRICULUM VITAE</i> (CV).....	110

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
 YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Uang Beredar dan Komponennya (triliun Rp).....	3
Tabel 2.1 Perbedaan Generasi Berdasarkan Kurun Waktu Lahir .....	23
Tabel 2.2 Kajian Pustaka.....	23
Tabel 4.1 Kriteria Responden Beragama Islam .....	48
Tabel 4.2 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.3 Kriteria Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran .....	49
Tabel 4.4 Kriteria Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
Tabel 4.5 Kriteria Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.6 Kriteria Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Variabel Persepsi Kemudahan .....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Variabel Persepsi Kemanfaatan.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Variabel Keuntungan Relatif.....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik Variabel Persepsi Risiko .....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik Variabel Religiusitas .....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik Variabel Pengetahuan tentang Riba .....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Statistik Variabel Adopsi <i>M-Payment</i> .....	59
Tabel 4.14 Nilai Model Pengukuran Variabel Persepsi Kemudahan.....	60
Tabel 4.15 Nilai Model Pengukuran Variabel Persepsi Kemanfaatan.....	61
Tabel 4.16 Nilai Model Pengukuran Variabel Keuntungan Relatif.....	63
Tabel 4.17 Nilai Model Pengukuran Variabel Persepsi Risiko.....	64
Tabel 4.18 Nilai Model Pengukuran Variabel Religiusitas .....	65
Tabel 4.19 Nilai Model Pengukuran Variabel Pengetahuan Tentang Riba .....	66
Tabel 4.20 Nilai Model Pengukuran Variabel Adopsi <i>M-Payment</i> .....	67
Tabel 4.21 <i>Nilai Average Variance Extracted</i> .....	68
Tabel 4.22 Nilai <i>Cross Loading</i> Validitas Diskriminan .....	69
Tabel 4.23 Nilai Akar Kuadrat dari AVE .....	70
Tabel 4.24 <i>Nilai cronbach's Alpha</i> dan <i>composite Reliability</i> .....	71
Tabel 4.25 <i>R Square</i> .....	71
Tabel 4.26 Hasil Uji Hipotesis Dengan Bootstrapping .....	73

## ABSTRAK

Penggunaan *smartphone* yang cukup besar menjadikan para pelaku bisnis dan ilmuwan membuat aplikasi yang dapat digunakan sebagai salah satu alat pembayaran non tunai. Salah satu alat pembayaran non tunai menggunakan aplikasi *smartphone* dikenal dengan istilah *Mobile Payment (M-Payment)*. Perkembangan *M-Payment* tidak lepas dari kepedulian seorang muslim terhadap prinsip syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi faktor yang mempengaruhi penggunaan *M-Payment* pada generasi milenial muslim di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan 214 sampel yang dikumpulkan menggunakan kuesioner online. Data diolah menggunakan pendekatan *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan *SmartPLS 3.0*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kemudahan, keuntungan relatif dan persepsi risiko secara signifikan mempengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi *M-Payment*. Sebaliknya, variabel kemanfaatan, religiusitas tidak secara signifikan mempengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi *M-Payment*. Selanjutnya, terdapat efek moderasi pengetahuan tentang riba dalam hubungan persepsi kemanfaatan dan persepsi risiko terhadap adopsi *M-Payment*. Menariknya, efek moderasi pengetahuan tentang riba tidak ada dalam hubungan persepsi kemudahan, keuntungan relatif dan religiusitas terhadap adopsi *M-Payment*.

**Kata kunci:** Religiusitas, Pengetahuan tentang riba, Adopsi *M-Payment*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRACT

*The large amount of using smartphones makes businessmen and scientists create an application where it could be used as one of the ways for cashless payments. One of the tools for cashless payments uses a smartphone application called “Mobile Payment” or M-Payment. The development of M-Payment does not lose the concerns of a muslim towards the idea of syariah. The purpose of this research is to explore the factors that influences the users of M-Payment which are the millennial generation muslims in yogyakarta. This research uses 214 samples that are submitted through an online survey. The data will be processed using the Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach with a SmartPLS 3.0. The results from the data analysis reveals the convenient variable, comparative variable, and risk perception significantly affects the user intention to acquire M-Payment. On the other hand, the beneficial variable, religiosity shows an insignificant effect of the user intention to acquire M-Payment. Furthermore, it was found a moderating effect of knowledge about usury in the connection between perceived benefits and perceived risk on the adoption of M-Payment. Interestingly, there is no moderating effect of knowledge about usury in the connection of perceived convenience, relative advantage, and religiosity to M-Payment adoption.*

**Keywords:** *Religiosity, Knowledge about riba, Intention to use M-Payment.*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Saat ini pertumbuhan eksponensial *smartphone* telah merevolusi dunia (Loh et al., 2020). Hal ini dibuktikan dengan penggunaan *smartphone* menjadi kebutuhan primer di Indonesia yang menempati peringkat ke-3 di dunia. Penggunaan *smartphone* yang cukup besar menjadikan ilmuwan dan banyak pelaku bisnis membuat aplikasi yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran non tunai (Kumala et al., 2020). Uang elektronik (*E-Money*) merupakan alat pembayaran non tunai yang memiliki empat unsur utama, yaitu diterbitkan atas dasar nilai uang tunai yang disetorkan ke penerbit resmi, kemudian disimpan di media elektronik, dan nilai uang tersebut dapat digunakan untuk membayar produk atau layanan maupun di transfer ke pengguna lain, nilai uang yang disimpan tidak sama dengan yang dimaksud dalam undang-undang perbankan (Yeboah-Asiamah et al., 2018). Salah satu transaksi pembayaran uang elektronik menggunakan aplikasi *smartphone* dikenal dengan istilah *Mobile Payment* (Widjaja et al., 2020).

*Mobile Payment (M-Payment)* adalah alat pembayaran non-tunai yang diyakini mampu untuk menawarkan aksesibilitas dan keamanan yang lebih baik dari metode pembayaran yang lain seperti kartu debit dan kredit (Kim et al., 2019). Gubernur Bank Indonesia secara aktif mendukung



perkembangan *M-Payment* dengan mensosialisasikan “Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) di Jakarta 14 Agustus 2014 yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap adanya alat pembayaran non-tunai sehingga secara bertahap akan mendorong masyarakat untuk memanfaatkannya (Ayudya & Wibowo, 2018). Platform *M-Payment* di Indonesia secara khusus menggunakan fitur QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standar*) untuk menyelesaikan transaksi pembayarannya (Boku, 2021).

Keberhasilan gerakan ini dapat dilihat dari hasil survei Boku 2021, yang menyatakan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan tercepat di dunia dengan jumlah volume transaksi 23 Miliar pada tahun 2020 dan diprediksi akan tumbuh sebesar 33,7% pada tahun 2025 menjadi 98 miliar. Dari hasil tersebut ditemukan bahwa transfer bank dan penggunaan kartu debit merupakan jenis pembayaran yang paling banyak digantikan oleh pengguna *M-Payment*. Rata-rata responden menggunakan 3,2 *M-Payment*, hampir sebanyak survei yang ditemukan di India.

Peningkatan penggunaan *M-Payment* menunjukkan potensi mengurangi penggunaan uang tunai di tengah masyarakat (Fadlillah, 2018). Namun, pada tahun 2020 peredaran uang kartal justru mengalami peningkatan.

**Tabel 1.1 Uang Beredar dan Komponennya (triliun Rp)**

Komponen Uang Beredar	2020		% yoy	
	Nov	Des	Nov	Des
<b>Uang Beredar Luas (M2)</b>	6.817,5	6.900,0	12,2	12,4
Uang Beredar Sempit (M1)	1.799,1	1.855,6	15,8	18,5
Uang Kartal yang Beredar di Masyarakat	712,6	760,0	14,5	16,1
Giro Rupiah **	1.086,5	1.095,6	16,7	20,3
Uang Elektronik	2,4	2,5	(6,5)	(8,2)

Keterangan: Termasuk Uang Elektronik yang diterbitkan Bank. Sesuai *Monetary Financial Statistics Manual & Compilation Guide* (MFS MCG) 2016. Uang Elektronik yang diterbitkan Bank dikategorikan sebagai Transferable deposit sebagai demand deposit/giro rupiah

Uang kartal yang beredar di kalangan masyarakat Desember 2020 tercatat 760,0 triliun atau tumbuh 16,1% (yoy) lebih tinggi dari bulan sebelumnya yaitu 14,5% (yoy). Sementara itu, dana float (saldo) uang elektronik yang diterbitkan bank mengalami penurunan menjadi -8,2% (yoy), dari bulan sebelumnya -6,5% (yoy). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan uang kartal masih diminati oleh masyarakat sebagai alat pembayaran (Haryono, 2020)

Bank Indonesia (BI) berkomitmen memperluas akseptasi pembayaran digital karena banyak manfaat mengadopsi *M-Payment* (Haryono, 2021). Dalam layanan *M-Payment*, pengguna dapat melakukan pembayaran digital melalui smartphone dimana saja dan mengakses catatan transaksi untuk melacak atau mengelola pengeluaran kapan saja (Susanto et al., 2020). Layanan *M-Payment* juga memberikan fasilitas fitur yang mempermudah dan mempercepat dalam penggunaannya (Giriani & Susanti,

2021). Dengan menerapkan metode pembayaran yang mudah dan efisien, layanan *M-Payment* juga menguntungkan pengguna dan pelaku bisnis yang mengadopsi *M-Payment* (Brahmana, 2020). Oleh karena itu, layanan *M-Payment* merupakan alternatif metode pembayaran digital yang dipilih untuk menuju *cashless society* (Kumari & Khanna, 2017).

Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa kemudahan, kemanfaatan, keuntungan relatif, religiusitas, dan *knowledge about riba* merupakan faktor pemicu seseorang mengadopsi *M-Payment* (Yusfiarto et al., 2021; Aji et al., 2020; Iswara et al., 2019; Lu et al., 2005). Seseorang akan mengadopsi *M-Payment* ketika fitur-fitur yang digunakan berguna dan mudah saat melakukan transaksi (Lu et al., 2005; Aji et al., 2020). Hal ini juga dapat meningkatkan keuntungan relatif ketika mengadopsi *M-Payment* (Iswara et al., 2019). Dan dalam penelitian Yusfiarto dkk 2021 dan Aji et al., 2020 religiusitas dan *knowledge about riba* merupakan faktor yang paling penting ketika seseorang mengadopsi transaksi dengan *E-Money*.

Kemudahan menggunakan teknologi merupakan faktor utama seseorang untuk mengadopsi *M-Payment* (Giriani & Susanti, 2021). Kemudahan didefinisikan sebagai tolak ukur kepercayaan seseorang menggunakan suatu sistem akan terbebas dari usaha (Davis, 1989). Definisi tersebut menjelaskan bahwa kemudahan dapat mengurangi usaha seseorang ketika mempelajari sistem (Kumala et al., 2020). Hal ini selaras dengan hasil penelitian Pratiwi et al., (2020) bahwa *digital banking* sangat jelas ketika digunakan, instruksi ketika menggunakan mudah dipahami sehingga

tidak terdapat kesulitan. Namun, penelitian Aji et al., (2020) menemukan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *E-Money*.

Faktor lain yang mempengaruhi seseorang mengadopsi *M-Payment* adalah kemanfaatan (Busu et al., 2018). Kemanfaatan sebagai tolak ukur seseorang menganggap bahwa teknologi yang digunakan dapat meningkatkan kinerja pekerjaan (Davis, 1986). Kemanfaatan dapat diukur menggunakan beberapa indikator seperti *effectiveness*, dan *productivity* (Venkatesh; Viaswanath & Davis; Fred., 2000). Efektivitas dan produktivitas secara keseluruhan dapat meningkatkan kinerja pengguna (Tahar et al., 2020).

Kemudahan dan kemanfaatan yang dirasakan seseorang ketika mengadopsi *M-Payment* didasari atas rasa minat atau intensi sebelumnya (Syafi'i & Widijoko, 2014). Minat seseorang dapat diteliti menggunakan *Innovation Diffusion Theory* (Indriyati & Aisyah, 2019). *Innovation diffusion theory* atau teori difusi inovasi memiliki karakteristik yang mempengaruhi seseorang terhadap tingkat adopsi, salah satunya adalah keuntungan relatif (*relative advantage*) (Rogers, 2003). Keuntungan relatif dari suatu sistem merupakan penentu utama seseorang mengadopsi teknologi (Mairura, 2016). Hal ini selaras dengan penelitian Tornatzky & Klein (1982) bahwa keuntungan relatif berpengaruh positif terhadap adopsi inovasi. Dan diperkuat penelitian Iswara dkk (2019) yang menyatakan bahwa keuntungan relatif berpengaruh positif terhadap adopsi *E-Money*.

Terlepas dari kemajuannya, masih banyak orang yang ragu untuk menggunakan layanan *M-Payment* karena awal menggunakan sistem dapat menimbulkan banyak risiko (Narteh et al., 2017). Risiko yang dirasakan merupakan keyakinan konsekuensi negatif ketika menggunakan barang atau jasa (Featherman & Pavlou, 2003). Ketika seseorang merasa kemungkinan akan mengalami kerugian maka akan meningkatkan persepsi risiko (Arslan et al., 2013). Persepsi risiko ini merupakan hambatan seseorang mengadopsi *M-Payment* (Narteh et al., 2017).

Menurut penelitian Widyawati, (2020) selain faktor teknologi, kendala seseorang mengadopsi *M-Payment* adalah faktor agama. Hal ini selaras dengan penelitian Aji dkk (2020) yang menyatakan bahwa perkembangan *cashless society* diiringi dengan kepedulian seseorang terhadap prinsip syariah. Dan diperkuat dari hasil penelitian Yusfiarto dkk (2021) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap adopsi *E-Money*.

Perkembangan uang elektronik sebagai salah satu alat pembayaran non tunai tidak terlepas dari kepedulian masyarakat terhadap riba. Kesadaran umat muslim untuk menghindari riba dalam transaksi keuangan secara signifikan mempengaruhi perilaku mereka (Aji et al., 2020). Penelitian Aji dkk (2020) menyatakan bahwa *knowledge about riba* (pengetahuan tentang riba) secara signifikan memoderasi adopsi *E-Money* muslim di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini menggunakan religiusitas dan pengetahuan tentang riba sebagai faktor penting seorang muslim mengadopsi *M-Payment*, maka peneliti terdorong melakukan penelitian dengan judul “Determinan Penggunaan *M-Payment* pada Generasi Milenial Muslim: Efek Moderasi Pengetahuan tentang Riba (Studi Kasus Di Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Tujuan dari studi adalah untuk melihat bagaimana kemudahan, kemanfaatan, keuntungan, religiusitas dan persepsi risiko mempengaruhi penggunaan *M-Payment* dengan pengetahuan tentang riba sebagai variabel moderating: studi pada generasi milenial muslim di Yogyakarta.

#### **B. Batasan Masalah**

Untuk mendapatkan arah pembahasan yang lebih baik sehingga tujuan penelitian dapat tercapai, maka penegasan masalah penelitian ini berpusat pada minat generasi milenial muslim usia 20 – 40 tahun dengan berbagai status sosial di Daerah Istimewa Yogyakarta beralih menggunakan alat pembayaran non-tunai berbasis *smartphone* (*m-payment*) dengan teknologi utama *QR Code* ditinjau melalui fitur layanan yang disediakan, religiusitas dan tingkat pengetahuan tentang prinsip syariah.

#### **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap adopsi *M-Payment* pada generasi milenial muslim di Yogyakarta?
2. Apakah kemanfaatan berpengaruh terhadap adopsi *M-Payment* pada generasi milenial muslim di Yogyakarta?

3. Apakah keuntungan relatif berpengaruh terhadap adopsi *M-Payment* pada generasi milenial muslim di Yogyakarta?
4. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap adopsi *M-Payment* pada generasi milenial muslim di Yogyakarta?
5. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap adopsi *M-Payment* pada generasi milenial muslim di Yogyakarta?
6. Apakah pengetahuan tentang riba dapat memoderasi variabel kemudahan, kemanfaatan, keuntungan, religiusitas, dan persepsi risiko dalam mempengaruhi adopsi *M-Payment* pada generasi milenial muslim di Yogyakarta?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan pengaruh kemudahan terhadap adopsi *M-Payment* pada generasi milenial muslim di Yogyakarta.
2. Menjelaskan pengaruh kemanfaatan terhadap adopsi *M-Payment* pada generasi milenial muslim di Yogyakarta.
3. Menjelaskan pengaruh keuntungan terhadap adopsi *M-Payment* pada generasi milenial muslim di Yogyakarta.
4. Menjelaskan pengaruh religiusitas terhadap adopsi *M-Payment* pada generasi milenial muslim di Yogyakarta.
5. Menjelaskan pengaruh persepsi risiko terhadap adopsi *M-Payment* pada generasi milenial muslim di Yogyakarta.

6. Menjelaskan pengetahuan tentang riba dalam memoderasi kemudahan, kemanfaatan, religiusitas dan persepsi risiko dalam mempengaruhi adopsi *M-Payment* pada generasi milenial muslim di Yogyakarta.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat umum, Studi ini dapat digunakan untuk mempelajari lebih lanjut tentang metode pembayaran non tunai, khususnya *M-Payment*.
2. Akademis, penelitian ini dapat digunakan sebagai titik awal untuk penelitian selanjutnya khususnya mengenai *M-Payment*.
3. Pemerintah, penelitian ini dapat membantu mensosialisasikan “Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT)” yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terkait alat pembayaran non tunai khususnya *M-Payment*.
4. Pelaku bisnis, penelitian ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran alat pembayaran non tunai khususnya *M-Payment*.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Pembahasan sistematis diuraikan untuk mempermudah pemahaman dan memperjelas arah penelitian. Pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**



Bab pertama merupakan bab pendahuluan. Bab ini menjelaskan beberapa sub bab diantaranya terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

## **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab kedua merupakan landasan teori. Bab ini menjelaskan beberapa sub bab diantaranya terdapat kajian teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ketiga merupakan metode penelitian. Bab ini menjelaskan beberapa sub bab diantaranya jenis penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, metode analisis data.

## **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat merupakan hasil dan pembahasan. Bab ini menjelaskan beberapa sub bab diantaranya terdapat gambaran umum objek penelitian, pengujian hipotesis dan pembahasan yang menjawab penelitian.

## **BAB V: PENUTUP**

Bab kelima merupakan hasil dan pembahasan. Bab ini terdiri dari kesimpulan yang menjawab latar belakang, implikasi dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran yang dapat berguna bagi pihak-pihak yang bersangkutan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan adalah sebagai berikut:

- a. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *M-Payment* menunjukkan bahwa generasi milenial muslim mempersepsikan kemudahan yang didapat ketika menggunakan *M-Payment* adalah yaitu tidak memerlukan usaha, jelas dan dapat dimengerti ketika menggunakan *M-Payment* dalam transaksi pembayaran.
- b. Alasan persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi *M-Payment* karena generasi milenial muslim tidak merasakan adanya efektivitas dan produktivitas ketika menggunakan *M-Payment*. Menariknya hasil penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan *M-Payment* dirasa kurang cepat dalam transaksi pembayaran.
- c. Keuntungan relatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *M-Payment* menunjukkan bahwa generasi milenial muslim mempersepsikan keuntungan relatif yang didapat dari penggunaan *M-Payment* yaitu berupa penyelesaian transaksi yang lebih cepat jika dibandingkan dengan alat pembayaran lainnya dan pemakaian

yang lebih efisien sehingga mampu mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *M-Payment* dalam transaksi pembayaran dibandingkan dengan alat pembayaran lainnya.

- d. Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *M-Payment* menunjukkan bahwa generasi milenial muslim mempersepsikan risiko dalam penggunaan *M-Payment* berupa keamanan yang didapatkan ketika menggunakan *M-Payment* dalam transaksi pembayaran.
- e. Alasan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi *M-Payment* karena ketika generasi milenial muslim masih merasakan adanya kemudahan, keuntungan relatif, dan tidak ada risiko tetapi terdapat hal – hal menyimpang dari prinsip syariah ketika menggunakan *M-Payment* dalam transaksi pembayaran, maka akan tetap menggunakan.
- f. Alasan pengetahuan tentang riba tidak berpengaruh terhadap adopsi *M-Payment* karena sebagian responden minim pengetahuan tentang riba. Hasil penelitian ini juga menyatakan bahwa pengetahuan tentang riba tidak ada dalam hubungan persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, keuntungan relatif, persepsi risiko dan religiusitas terhadap adopsi *M-Payment*.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi generasi milenial muslim menggunakan *M-Payment* sebagai alat pembayaran non tunai adalah persepsi kemudahan, keuntungan relatif dan

persepsi risiko. Kemudian dapat disimpulkan bahwa faktor yang memiliki peran paling besar terhadap adopsi *M-Payment* adalah persepsi kemudahan. Hal ini berarti generasi milenial muslim merasakan adanya kemudahan ketika menggunakan *M-Payment* sebagai alat pembayaran non tunai. Faktor kedua adalah keuntungan relatif. Hal ini berarti bahwa generasi milenial muslim merasakan adanya manfaat ketika menggunakan *M-Payment* dalam transaksi pembayaran dibandingkan alat pembayaran lainnya. Faktor ketiga adalah persepsi risiko. Hal ini berarti bahwa tidak ada risiko yang dirasakan ketika menggunakan *M-Payment* dalam transaksi pembayaran.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

Minimnya jumlah dan keragaman status sosial responden dalam penelitian ini merupakan salah satu kelemahan penelitian. Hal ini dikarenakan tingkat respon responden terhadap kuesioner atau kuesioner yang dibagikan peneliti tidak terlalu tinggi.

#### **C. Saran**

Mengingat keterbatasan penelitian, harapan para peneliti untuk penelitian masa depan dapat ditingkatkan untuk memberikan hasil yang lebih akurat dan komprehensif. Data primer dari satu daerah yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta dengan dominasi mahasiswa digunakan untuk menguji metodologi penelitian ini. Sehingga, direkomendasikan bahwa studi masa depan menyertakan data status sosial tambahan. Dan juga diharapkan untuk lebih menspesifikasikan Mobile payment yang akan dijadikan objek penelitian.

Mengingat mayoritas masyarakat Indonesia beragama islam, harapan peneliti untuk penerbit *Mobile payment* agar lebih memperhatikan prinsip syariah sebagai alat pembayaran non tunai dalam kehidupan sehari – hari.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, K. O. Dan L. (2016). Effect Of Knowledge On Decision Making In The Context Of Organic Cotton Clothing. *International Journal Of Consumer Sudies*, 40, 66–67.
- Aji, H. M., Berakon, I., & Riza, A. F. (2020). The Effects Of Subjective Norm And Knowledge About Riba On Intention To Use E-Money In Indonesia. *Journal Of Islamic Marketing*, 12(6), 1180–1196. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>
- Akhter, M. U. (2015). Principles Of Islamic Finance: Prohibition Of Riba, Gharar And Maysir. *Munich Personal Repec Archive*, 67711, 1–8. [https://Mpra.Ub.Uni-Muenchen.De/67711/1/MPRA\\_Paper\\_67711.Pdf](https://Mpra.Ub.Uni-Muenchen.De/67711/1/MPRA_Paper_67711.Pdf)
- Alghifari, A.F., Dan Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Derivatif Jurnal Manajemen*, 15(2), 223–236.
- Arslan, Y., Geçti, F., & Zengin, H. (2013). Examining Perceived Risk And Its Influence On Attitudes: A Study On Private Label Consumers In Turkey. *Asian Social Science*, 9(4), 158–166. <https://doi.org/10.5539/Ass.V9n4p158>
- Astia, R., & Baridwan, Z. (2013). Determinan Sikap Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking. *Journal Of Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 59, 1–28.

- Ayudya, A. C., & Wibowo, A. (2018). The Intention To Use E-Money Using Theory Of Planned Behavior And Locus Of Control. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 335–349. <https://doi.org/10.26905/Jkdp.V22i2.1691>
- Bauer, R. . (1960). Consumer Behavior As Risk Taking. In: Hancock, R. (Ed), *Dynamic/Marketing For Canging World. American Marketing Association.*
- Boku. (2021). *2021 Mobile Wallets Report*. 74. <https://Boku.Mobilewallet.Report/>
- Brahmana, R. S. (2020). Penerapan Keamanan Keuangan Dalam Aplikasi E-Money. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(1), 46–52. <https://doi.org/10.15642/Manova.V3i1.201>
- Busu, S., Karim, N. A., & Haron, H. (2018). Factors Of Adoption Intention For Near Field Communication Mobile Payment. *Indonesian Journal Of Electrical Engineering And Computer Science*, 11(1), 98–104. <https://doi.org/10.11591/Ijeecs.V11.I1.Pp98-104>
- Choi, Y. (2010). Religion, Reliosity, And South Korean Consumer Switching Behaviors. *Journal Of Consumer Behaviour*, 50(October), 35–50. <https://doi.org/https://Doi.Org/10.1002/Cb.292>
- Coşgel, M. M., & Minkler, L. (2004). Rationality, Integrity, And Religious Behavior. *Journal Of Socio-Economics*, 33(3), 329–341. <https://doi.org/10.1016/J.Soccc.2003.12.025>
- D.R. Cooper Dan Schindler, P. . (2001). *Business Research Methods*. Megraw Hill College.
- Davis, F. D. (1986). A Technology Acceptance Model For Emperically Testing

- New End-User Information System: Theory And Results. *Science*, 146(3652), 1648–1655. <https://doi.org/10.1126/Science.146.3652.1648>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Management Information Systems Research Center, University Of Minnesota*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/Bhl.Title.33621>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/Mnsc.35.8.982>
- Dewan, S. G., & Chen, L. (2005). Mobile Payment Adoption In The US : A Cross-Industry , Crossplatform Solution. *Journal Of Information Privacy And Security*, April 2015, 37–41. <https://doi.org/10.1080/15536548.2005.10855765>
- Durman, T., & Musdholifah. (2020). Integrasi Technology Acceptance Model Dan Theory Of Planned Behavior Terhadap Intention To Use Mobile Payment (Studi Pada Pengguna Ovo Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 621–633.
- Efendi, M. S. Dan. (1995). *Metode Penelitian Survey*. PT Pustaka LP3ES.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting E-Services Adoption: A Perceived Risk Facets Perspective. *International Journal Human-Computer Studies*, 451–474.



- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Giriani, A. P., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan E-Money. *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 6(2), 27–37.  
<https://doi.org/10.29407/Jae.V6i2.15921>
- Hadi, S. (2004). *Metodologi Research*. Andi Offset.
- Hair, Anderson, Tatham, Babin, & Lack. (2008). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). The Results Of PLS-SEM Article Information. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Halim, F. (2014). The Intention To Use E-Money Transaction: The Moderating Effect Of Security In Conceptual Framework. *American-Eurasian Journal Of Sustainable Agriculture*.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hamid, Razak, Bakar, & Abdullah. (2016). The Effects Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On Continuance Intention To Use E-Governmen. *Procedia Economics And Finance*.
- Haroen, N. (2000). *Fiqh Muamalah*. Gaya Media Pratama.

- Hartono, J. (2008). *Matodologi Penelitian Sistem Informasi*. CV Andi Offset.
- Haryono, E. (2020). *Uang Beredar (M2) Dan Faktor Yang Mempengaruhi (Desember 2020)*. 1–5.
- Haryono, E. (2021). *Program Siap QRIS Di Pasar, Dorong Perluasan Merchant QRIS*. Bank Indonesia. [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/pages/sp\\_2329021.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/pages/sp_2329021.aspx)
- Hassan, A. U. F. A. Dan M. K. (2007). Riba And Islamic Baking. *Journal Of Islamic Economics, Banking And Finance*, 3, 22.
- Hatmawan, S. R. Dan A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian Di Bidang Manajemen Teknik Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan Mixed Methode*. Hidayatul Quran Kuningan.
- Howe, W. S. Dan N. (1991). *Generations: The History Of America's Future 1584 To 2069*. Morrow.
- Indriyati, R. N., & Aisyah, M. N. (2019). Determinan Minat Individu Menggunakan Layanan Financial Technology Dengan Kerangka Innovation Diffusion Theory. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 209–223. <https://doi.org/10.21831/Nominal.V8i2.26660>
- Intani, F. D., & Rikumahu, B. (2020). *Penerapan Teori Difusi Inovasi Dalam Adopsi Mobile Payment Di Provinsi Jawa Barat ( Studi Kasus : Go-Pay , Ovo , Dana , Linkaja & Application Of Diffusion Of Innovation Theory In Mobile Payment Adoption In West Java Province ( Case Study : Go-Pay , . 7(2), 5375–*

5382.

- Iswara, G. T., Wialdy, K., & Sihombing, S. O. (2019). Predicting The Relationship Of Antecedent Variables Of Intention To Use: Empirical Analysis On E-Money Application. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(2), 256–268. <https://doi.org/10.15294/Jdm.V10i2.20443>
- Iswati, M. A. Dan S. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Jamshidi, D., & Hussin, N. (2016). Forecasting Patronage Factors Of Islamic Credit Card As A New E-Commerce Banking Service. *Journal Of Islamic Marketing*, 7(4), 378–404. <https://doi.org/10.1108/Jima-07-2014-0050>
- Jing, P., Huang, H., Ran, B., Zhan, F., & Shi, Y. (2019). Exploring The Factors Affecting Mode Choice Intention Of Autonomous Vehicle Based On An Extended Theory Of Planned Behavior-A Case Study In China. *Sustainability (Switzerland)*, 11(4), 1–20. <https://doi.org/10.3390/Su11041155>
- Kim, M., Kim, S., & Kim, J. (2019). Can Mobile And Biometric Payments Replace Cards In The Korean Offline Payments Market? Consumer Preference Analysis For Payment Systems Using A Discrete Choice Model. *Telematics And Informatics*, 38(February), 46–58. <https://doi.org/10.1016/J.Tele.2019.02.003>
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1),

19–29. <https://doi.org/10.9744/Jmp.6.1.19-29>

Kumari, N., & Khanna, J. (2017). Cashless Payment: A Behaviourial Change To Economic Growth. *Occupational Medicine*, 53(4), 130.

Larence, K., & Rogers, E. (1981). *Communication Networks: Toward A New Paradigma Research*.

Laroche, M., Nepomuceno, M. V., & Richard, M. O. (2010). How Do Involvement And Product Knowledge Affect The Relationship Between Intangibility And Perceived Risk For Brands And Product Categories? *Journal Of Consumer Marketing*, 27(3), 197–210. <https://doi.org/10.1108/07363761011038275>

Lee, Hsieh, & Hsu. (2011). Adding Innovation Diffusion Theory To The Technology Acceptance Model: Supporting Employees' Intentions To Use E-Learning Systems. *Educating Technology & Society*.

Loh, X. M., Lee, V. H., Tan, G. W. H., Ooi, K. B., & Dwivedi, Y. K. (2020). Switching From Cash To Mobile Payment: What's The Hold-Up? *Internet Research*, 31(1), 376–399. <https://doi.org/10.1108/INTR-04-2020-0175>

Lu, J., Yao, J. E., & Yu, C. S. (2005). Personal Innovativeness, Social Influences And Adoption Of Wireless Internet Services Via Mobile Technology. *Journal Of Strategic Information Systems*, 14(3), 245–268. <https://doi.org/10.1016/J.Jsis.2005.07.003>

Maharani Rositasari. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Pembelian Produk*.

Mairura, K. O. (2016). Relative Advantage As A Determinant Of Technology

- Adoption Among Automobile Mechanics In Micro And Small Enterprises In Kenya. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, 21(1), 86–92. <https://doi.org/10.9790/0837-21148692>
- Mannheim, K. (1952). The Problem Of Generations. *Essays On The Sociology Of Knowledge*.
- Narteh, B., Mahmoud, M. A., & Amoh, S. (2017). Customer Behavioural Intentions Towards Mobile Money Services Adoption In Ghana. *Service Industries Journal*, 37(7–8), 426–447. <https://doi.org/10.1080/02642069.2017.1331435>
- Nurdin, N., & Yusuf, K. (2020). Knowledge Management Lifecycle In Islamic Bank: The Case Of Syariah Banks In Indonesia. *International Journal Of Knowledge Management Studies*, 11(1), 59–80. <https://doi.org/10.1504/IJKMS.2020.105073>
- Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). Pengaruh Usefulness, Ease Of Use, Risk Terhadap Intentionto Buy Onlinepatisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 26–31. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.11.1.26-31>
- Park, C. W., Mothersbaugh, D. L., & Feick, L. (1994). Consumer Knowledge Assessment. *Journal Of Consumer Research*, 21(1), 71. <https://doi.org/10.1086/209383>
- Pratiwi, I. E., Affandy, F. F., & Rosalina, Y. (2020). Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology F Acceptance Model (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia). *Jurnal Ilmiah*

- Ekonomi Islam*, 6(3), 478. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V6i3.1198>
- Qoyyim, I. (1973). *A'lam Al-Muwaqqi'in*. Dar Al-Fikr.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13, 1–15. <https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB/Article/View/470/833>
- Rambe, L. A. (2020). Islamic Law Review On Use Of Go-Pay In Payment Of Zakat. *Ulul Albab: Jurnal Studi Dan Penelitian Hukum Islam*, 3(2), 145. <https://doi.org/10.30659/Jua.V3i2.7800>
- Ramos, I., Luna, D., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2018). Mobile Payment Is Not All The Same : The Adoption Of Mobile Payment Systems Depending On The Technology Applied. *Technological Forecasting & Social Change*, October 2017, 1–14. <https://doi.org/10.1016/J.Techfore.2018.09.018>
- Rani, N., & Souiden, M. (2005). Consumer Attitudes And Purchase Intentions Toward Islamic Banks: The Influence Of Religiosity: *International Journal Of Bank Marketing*, 33(2), 143–161.
- Rogers, E. (2003a). *Diffusion Of Innovation*. The Free Press.
- Rogers, E. (2003b). *Diffusion Of Innovation*. Free Press.
- Santoso, S. (2014). *Statistik Parametrik Edisi Revisi*. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, K. L. . Dan G. . (2010). *Consumer Behavior (10th Ed)*. Prentice Hall.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*.

In Media.

Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. PT Refika Aditama.

Sohail, & Al-Jabri. (2012). Mobile Banking Adoptionl Applicaton Of Diffusion Of Innovation Theory. *Journal Of Electronic Commerce Research*, 13.

Solimun. (2002). *Multivariate Analysis Structural Equation Modeling (SEM), Lisrel Dan Amos: Aplikasi Di Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Psikologi, Sosial, Kedokteran, Dan Agrokompleks*. Fakultas MIPA Universitas Brawijaya.

Sudiasmo, I. H. S. Dan F. (2020). *Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dan Actual Usage Pada Aplikasi Indentifikasi Jenis Kulit Wajah*. CV. Jakad Media Publishing.

Suhartanto, D., Dean, D., Ismail, T. A. T., & Sundari, R. (2020). Mobile Banking Adoption In Islamic Banks: Integrating TAM Model And Religiosity-Intention Model. *Journal Of Islamic Marketing*, 11(6), 1405–1418.  
<https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0096>

Susanto, P., Hoque, M. E., Hashim, N. M. H. N., Shah, N. U., & Alam, M. N. A. (2020). Moderating Effects Of Perceived Risk On The Determinants–Outcome Nexus Of E-Money Behaviour. *International Journal Of Emerging Markets*.  
<https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2019-0382>

Syafi'i, A., & Widijoko, G. (2014). *Determinan Minat Individu Menggunakan Uang Elektronik: Pendekatan Modifikasi Technology Acceptance Model*.

Syaputri, A. M. (2021). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan,*

*Kualitas Layanan, Dan Risiko Terhadap Minat Dalam Penggunaan E-Banking.*

- Tahar, A., Riyadh, H. A., Sofyani, H., & Purnomo, W. E. (2020). Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security And Intention To Use E-Filing: The Role Of Technology Readiness. *Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 7(9), 537–547.  
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.537>
- Tornatzky, L. G., & Klein, K. J. (1982). Innovation Characteristics And Innovation Adoption Implementation: A Meta-Analysis Of Findings. *IEEE Transactions On Engineering Management*, 80(3), 394–417.  
<https://doi.org/10.1111/J.1467-8306.1990.Tb00304.X>
- Tristiyanti, N. D. (2017). Pengaruh Keunggulan Relatif, Kompatibilitas, Persepsi Kegunaan, Kemampuan Untuk Dilihat Dan Persepsi Risiko Terhadap Adopsi Mobile Banking Bagi Nasabah BCA Di Surabaya. *STEI Perbanas Surabaya*, 110265, 110493.
- Venkatesh; Viaswanath, & Davis; Fred D. (2000). A Theoretical Extension Of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.  
<https://www.jstor.org/stable/pdf/2634758.pdf>
- Wave, D. (2000). *QR Code*.
- Widjaja, A. E., Haryani, C. A., & Hery, D. (2020). *Quo Vadis Perkembangan Mobile Payment Di Indonesia?: Sebuah Kajian Pustaka, Analisa Pasar, Dan*



*Strategi Keunggulan Kompetitif. November.*

Widyawati, D. (2020). Menimbang Manfaat Dan Resiko Penggunaan Mobile Payment Dalam Tinjauan Islam. In *Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam Dan Sains* (Pp. 397–400).

Yeboah-Asiamah, E., Narteh, B., & Mahmoud, M. A. (2018). Preventing Customer Churn In The Mobile Telecommunication Industry: Is Mobile Money Usage The Missing Link? *Journal Of African Business*, 19(2), 174–194. <https://doi.org/10.1080/15228916.2018.1440462>

Yusfiarto, R., Sunarsih, S., & Darmawan, D. (2021). Understanding Muslim's Switching From Cash To M-Payments: Based On Push-Pull-Mooring Framework. *Journal Of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2021-0135>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA