

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *BEHAVIORAL INTENTION*
UNTUK MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL SYARIAH
(STUDI PADA MAHASISWA MUSLIM DI 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)**

**OLEH:
DINA AOLIA INDRIYANI
NIM. 19108030020**

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

2023

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *BEHAVIORAL INTENTION*
UNTUK MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL SYARIAH
(STUDI PADA MAHASISWA MUSLIM DI 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)**

OLEH:

DINA AOLIA INDRIYANI

NIM. 19108030020

PEMBIMBING:

RIZALDI YUSFIARTO, S.Pd., M.M

NIP. 19901122 201903 1 012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN



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-1307/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI BEHAVIORAL INTENTION UNTUK MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA MUSLIM DI YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DINA AOLIA INDRIYANI
Nomor Induk Mahasiswa : 19108030020
Telah diujikan pada : Jumat, 18 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

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

Valid ID: 64e81e0478a96



Penguji I

Dr. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 64e80f432a1d4



Penguji II

Furqonul Haq, S.E.I.,M.E.I
SIGNED

Valid ID: 64e53ce02690



Yogyakarta, 18 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 64e86a9b32d84

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Dina Aolia Indriyani
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 : Dina Aolia Indriyani
NIM : 19108030020
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Behavioral Intention* untuk Menggunakan Dompot Digital Syariah (Studi pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi Saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 Juli 2023

Pembimbing



Rizaldi Yusfiarto, S.Pd., M.M
NIP. 19901122 201903 1 012

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina Aolia Indriyani

NIM : 19108030020

Jurusan/Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Behavioral Intention untuk Menggunakan Dompot Digital Syariah (Studi pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan 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.

Yogyakarta, 12 Juli 2023

Penyusun,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Dina Aolia Indriyani

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Dina Aolia Indriyani
NIM : 19108030020
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:

“Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Behavioral Intention* untuk Menggunakan Dompot Digital Syariah (Studi pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)”

Beserta perangkat yang ada (Jika Diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan 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: 12 Juli 2023



(Dina Aolia Indriyani)

HALAMAN MOTTO

“It may be that you dream for a star and Allah wrote for you the moon.”

*“Shoelaces are always going to come undone,
it’s human nature to give up after a few days,
but what matters is how often you tie them again.”*

(Young K)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Ucapan syukur kepada Allah Swt. atas segala rahmat dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan kepada segenap keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, serta pengingat dalam segala hal. Ibu dan Mbak Eka yang selalu memberikan segalanya, terima kasih sedalam-dalamnya. Bapakku tercinta, terima kasih karena telah menguatkan hati penulis hingga sekarang. Bude yang tidak pernah lupa memberikan nasihat. Seluruh keluarga besar, para dosen, para sahabat dan teman-teman almamater, UIN Sunan Kalijaga.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini merujuk pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543.b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Hā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīm	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	ki

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	we
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Yā'	y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta'Marbuttah

Semua ta' marbuttah ditulis dengan h, baik berada pada 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>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karamāh al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

A. ---َ---	Fathah	Ditulis	<i>a</i>
---ِ---	Kasrah	Ditulis	<i>i</i>
---ُ---	Ḍammah	Ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذَكَرَ	Kasrah	Ditulis	<i>zukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	Ditulis	<i>yažhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. Fathah + yā' mati	Ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَّى	Ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	Ditulis	<i>ī</i>
كَرِيم	Ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	Ditulis	<i>ū</i>
فُرُوض	Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>bainakum</i>
2. Fathah + wāwu mati	Ditulis	<i>au</i>

قول	Ditulis	<i>qaul</i>
-----	---------	-------------

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

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal “a

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji dan syukur tucurahkan kepada Allah SWT Sang Maha Penguasa alam semesta, yang tak terbatas memberi limpahan rahmat dan nikmat kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tucurah kepada Nabi Agung Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta pengikutnya.

Skripsi yang berjudul “**Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Behavioral Intention* untuk Menggunakan Dompot Digital Syariah (Studi pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)**” disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Di atas ketidaksempurnaan sebagai manusia, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik tanpa bantuan, dukungan, dan motivasi dari pihak-pihak terkait. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., MA selaku rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. H. Muh. Yazid Afandi, M.Ag., selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Rizaldi Yusfiarto S.Pd. M.M., selaku Dosen Penasihat Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing penulis dari awal proses perkuliahan hingga akhir semester serta mengarahkan, memberi masukan, kritik, saran dan motivasi dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.

6. Seluruh Pegawai dan staf TU Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Ibu, Mbak Eka dan Bapak tercinta, yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan nasihat tanpa putus, yang selalu menguatkan hati penulis hingga sekarang.
8. Sahabat penulis Hipotensi Bestie, Rahma, Arifda, Inez, dan Vina yang telah mewarnai hari-hari penulis khususnya selama masa perkuliahan.
9. Teman-teman KKN 108 Indramayu yang telah menghabiskan waktu bersama selama 45 hari dan menjadi sahabat yang baik hingga kini.
10. Segenap teman kos penulis, Dini, Desi dan Mbak Irja, yang selalu menemani penulis mencari makan selama menjalani hari-hari di kos.
11. Seluruh Teman-teman Manajemen keuangan Syariah angkatan 2019 yang telah berjuang bersama menempuh pendidikan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
12. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan do'a, motivasi, dan ikut serta terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis berharap adanya saran dan masukan untuk hasil yang lebih baik di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 12 Juli 2023
Penyusun,



(Dina Aolia Indriyani)

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	16
E. Sistematika Penulisan	16
BAB II	19
LANDASAN TEORI	19
A. Kajian Teori	19
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Pengembangan Hipotesis	36
D. Kerangka Pemikiran	44
BAB III	45

METODE PENELITIAN	45
A. Definisi Penelitian	45
B. Definisi Operasional Variabel	45
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
D. Sumber Data dan Teknik Mengumpulkan Data	52
E. Metode Analisis Data	53
BAB IV	60
HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
B. Analisis Deskriptif	61
C. Hasil Penelitian.....	68
D. Pembahasan	81
BAB V.....	99
PENUTUP.....	99
A. Kesimpulan	99
B. Implikasi dan Saran	100
C. Keterbatasan Penelitian	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	113
CURRICULUM VITAE.....	132

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018-2022.....	2
Gambar 1.2 Lembaga atau Produk Keuangan yang Rentan Kebocoran Data	6
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis	44
Gambar 3.1 Analisis Mediasi	57
Gambar 3.2 Model Mediasi Sederhana ATT Memediasi PU dan BI	58
Gambar 3.3 Model Mediasi Sederhana ATT Memediasi PEOU dan BI.....	58
Gambar 3.4 Model Mediasi Sederhana ATT Memediasi SC dan BI.....	58
Gambar 3.5 Model Mediasi Sederhana ATT Memediasi PS dan BI.....	59
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	63
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Nama Universitas	64
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	65
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah tempat Tinggal	66
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	67
Gambar 4.8 Hasil Uji Hipotesis	81



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	46
Tabel 3.2 Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	47
Tabel 3.3 Indikator <i>Perceived Security</i>	48
Tabel 3.4 Indikator <i>Sharia Compliance</i>	49
Tabel 3.5 Indikator <i>Behavioral Intention</i>	50
Tabel 3.6 Indikator <i>Attitude</i>	51
Tabel 3.7 Skala <i>Likert</i>	53
Tabel 4. 1 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Konvergen dengan <i>Loading Factor</i>	70
Tabel 4. 3 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	71
Tabel 4. 4 Hasil Uji <i>Fornell-Larker Criterion</i>	72
Tabel 4. 5 Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	73
Tabel 4. 6 Hasil Uji <i>The Heterotrait-Monotrait (HTMT)</i>	75
Tabel 4. 7 Hasil Analisis R Square (R^2).....	76
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	77
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Bootstrapping Dirrect Effect</i>	78
Tabel 4. 10 Hasil <i>Bootstrapping Indirect Effect</i>	79
Tabel 4. 11 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	113
Lampiran 2 Data Karakteristik Responden.....	115
Lampiran 3 Data Penelitian.....	121
Lampiran 4 Saran dan Masukan untuk LinkAja Syariah.....	127



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerimaan dan penggunaan suatu teknologi dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam mengetahui *Behavioral Intention* mahasiswa muslim di Yogyakarta dalam menggunakan dompet digital syariah dengan *Attitude* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini melibatkan 151 responden mahasiswa muslim di Yogyakarta. Data yang terkumpul dalam penelitian ini diolah menggunakan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan hanya variabel *Perceived Security* yang berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* dalam hubungan langsung. Setelah dimediasi oleh *Attitude* diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel *Perceived Usefulness* dan *Sharia Compliance* berpengaruh secara positif signifikan. Sedangkan variabel *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security* tidak signifikan dalam hubungan tidak langsung.

Kata kunci: dompet digital syariah, *behavioral intention*, mahasiswa muslim yogyakarta



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the acceptance and use of a technology with the Technology Acceptance Model (TAM) model in knowing the Behavioral Intention of muslim students in Yogyakarta in using Islamic digital wallet with Attitudes as a mediating variable. This research involved 151 Muslim student respondents in Yogyakarta. The data collected in this study were processed using SmartPLS 4. The results showed that only the Perceived Security variable had a significant positive effect on Behavioral Intention in a direct effect. After being mediated by Attitude, the results showed that the variables Perceived Usefulness and Sharia Compliance had a significant positive effect. Meanwhile, the variables Perceived Ease of Use and Perceived Security have no significant effect in an indirect effect.

Keywords: islamic digital wallet, behavioral intention, yogyakarta muslim students



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital belakangan ini semakin mendorong manusia untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dalam dunia digital. Penggunaan internet telah berubah fungsi menjadi alat untuk penerapan bisnis, yaitu pemasaran, penjualan, maupun pelayanan pelanggan. Dengan adanya perkembangan pembayaran digital inilah yang dapat mengubah pola hidup masyarakat dalam menggunakan internet. Hal inilah yang dapat memunculkan peluang bisnis, terutama dalam hal transaksi dan pembayaran secara digital melalui jaringan internet (Yuliana, 1999). Di antara pemanfaatan internet yang paling sering digunakan oleh masyarakat di era sekarang adalah *e-commerce*. *E-commerce* mengacu pada proses produksi *online* yang dimiliki perantara, dimana produsen berinteraksi dengan layanan dan informasi yang lain diproses, seperti pesanan, pembayaran, atau instruksi (Soliman & Youssef, 2003). Dengan adanya transaksi *online* inilah dibutuhkan sistem pembayaran yang tepat, yaitu sistem pembayaran yang dapat terintegrasi dengan jaringan internet.

Saat ini, Indonesia termasuk ke dalam peringkat 4 besar pengguna internet terbanyak di dunia. Hal ini mengalami peningkatan sebesar 37% selama pandemi tahun 2020 hingga 2021. Dari hasil survei menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia tahun 2022 mencapai 210 juta jiwa

atau dipersentasekan sebanyak 77% dari keseluruhan jumlah penduduk di Indonesia. Berikut merupakan data pengguna internet di Indonesia dari tahun 2018 hingga tahun 2022 (APJII, 2022).



Gambar 1.1 Persentase Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018-2022

Sumber: APJII, 2022

Dari data tersebut terlihat bahwa di Indonesia terjadi peningkatan pengguna internet yang berlangsung setiap tahun. Di tahun 2018 pengguna internet adalah sebanyak 64,8% dari total jumlah penduduk Indonesia dan meningkat di tahun 2019 hingga 2020 menjadi 73,7%, artinya meningkat sebesar 8,9% dari tahun sebelumnya. Kemudian di tahun 2021 hingga 2022 meningkat sebesar 3,3% dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 77%. Hal ini menunjukkan bahwa akan terjadi peningkatan minat masyarakat dalam menggunakan internet di masa depan bersamaan dengan kemunculan inovasi-inovasi baru dalam dunia teknologi.

Dampak dari kemajuan teknologi yang paling terlihat belakangan ini salah satunya yaitu sistem pembayaran. Kemajuan teknologi yang telah mengubah proses bisnis transaksi keuangan dari yang sebelumnya

dilakukan secara tatap muka, kemudian beralih ke transaksi yang dilakukan secara *online*. Dalam transaksi *online*, baik pelanggan maupun penjual akan melakukan transaksi melalui sejumlah aplikasi dan perangkat yang mendukung aplikasi *fintech*. Tren transaksi dengan *fintech* telah mengubah ekonomi dunia dan Indonesia menjadi ekonomi digital (Abdillah, 2019.).

Financial Technology (Fintech) diartikan sebagai solusi keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi (Arner *et al.*, 2015). Bank Indonesia sebagai regulator *fintech* di Indonesia berpendapat bahwa penggabungan antara jasa keuangan dan teknologi yang menghasilkan model bisnis konvensional menjadi moderat dan dapat dilakukan dari jarak jauh dengan proses transaksi yang singkat merupakan definisi dari *fintech*. *Fintech* berperan sebagai perantara keuangan terpercaya yang memfasilitasi transaksi keuangan bagi orang-orang dan membantu mereka dalam aktivitas sehari-hari secara global, yang telah sepenuhnya mengubah inisiasi menjadi era baru dalam layanan pasar keuangan dan terbukti menjadi alat yang efektif untuk bank dan lembaga keuangan lainnya (Todorof, 2018).

Saat ini, teknologi keuangan yang sedang meningkat secara pesat adalah pembayaran digital. Pembayaran digital merupakan cara pembayaran, transaksi atau transfer uang dengan bantuan internet (Ogedebe & Jacob, 2012). Sementara Ghosh (2021) mengartikan pembayaran digital sebagai cara pembayaran dengan melibatkan berbagai platform atau aplikasi digital untuk melakukan transaksi, menggunakan sarana digital. Hal ini akan memicu pandangan baru masyarakat perihal pembayaran menggunakan

aplikasi digital yang lebih efisien, praktis, dan aman digunakan dalam setiap transaksi digital.

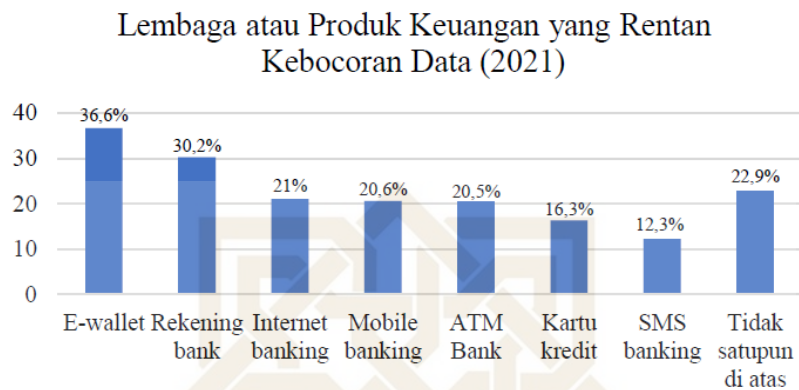
E-money dan *paylater* merupakan layanan fintech yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia berdasarkan survei terhadap 1500 pengguna (Finantier, 2022.). Menurut survei, dompet digital yang paling sering digunakan diantaranya adalah Gopay, Ovo, Dana, dan Shopeepay. Dengan persentase responden pengguna Gopay sebesar 71%, pengguna Ovo sebesar 70%, pengguna Dana sebesar 61%, dan pengguna Shopeepay sebesar 51%. Hal ini membuktikan bahwa setiap responden menggunakan lebih dari satu dompet digital dalam melakukan transaksi *online* dan *offline* (InsightAsia, 2022).

Sebagai negara yang memiliki konsumen muslim terbesar di dunia, sebanyak 87 persen penduduk atau sekitar 260 juta umat muslim di Indonesia membutuhkan jaminan keamanan, kenyamanan, dan perlindungan serta kepastian hukum maupun kehalalan produk yang dikonsumsi maupun digunakan (Warto & Samsuri, 2020). Untuk itu, produk-produk keuangan syariah menjadi kebutuhan masyarakat muslim. Perbedaan antara keuangan syariah dan keuangan konvensional terletak pada akad yang dilakukan selama transaksi, yaitu harus terbebas dari *riba*, *maysir*, *gharar*, *tadlis*, dan *ikhtar*. Oleh karena itu, penggabungan dari teknologi dan keuangan syariah harus sesuai dengan standar ketentuan syariah. Di samping itu, *maqashid* syariah harus menjadi tujuan utama dalam semua transaksi yang dilakukan (Nurfalah & Rusydiana, 2019).

Dengan demikian, Fatwa DSN MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah yang diterbitkan oleh Dewan Syariah Negara (DSN) melalui Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan fatwa yang mengatur tentang standar uang elektronik syariah yaitu melarang adanya *riba*, *gharar*, *maysir*, *tadlis*, *risywah*, dan *israf*. Hal ini sesuai dengan ayat tentang larangan kepada manusia untuk mengambil harta secara batil (An-Nisa: 29) dan larangan manusia untuk memakan riba (Al-Baqarah: 275). Kemudian akad *wadi'ah* atau akad *qardh* merupakan akad yang digunakan antara *developer* dan *customer*, serta akad ijarah dalam prinsip ganti rugi yang dikenakan *developer* kepada *customer* atas biaya layanan fasilitas.

Menurut riset, terdapat lima faktor kunci sukses dalam membangun merek *e-wallet*, diantaranya adalah kepercayaan, keamanan dalam penggunaan dan perlindungan terhadap konsumen, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan, kebebasan dalam mengatur sendiri batas penggunaan bulanan, dan kemampuan untuk membayar sebagian besar kebutuhan sehari-hari pengguna (InsightAsia, 2022). Sementara kepercayaan mereka terhadap teknologi baru akan berkonsentrasi pada keamanan dan privasi data. Pelanggan mungkin tidak akan mempercayai penyedia sistem informasi dan akan menolak membuat transaksi menggunakan *e-payment* kecuali privasi dan keamanan terlibat (Gitau & Nzuki, 2014). Kebocoran data pada lembaga keuangan maupun perbankan di Indonesia sangat rentan terjadi. Berikut merupakan statistik kebocoran

data pada produk keuangan berdasarkan survei pada sebelas ribu responden (Databoks, 2022).



Gambar 1.2 Lembaga atau Produk Keuangan yang Rentan Kebocoran Data

Sumber: Databoks, 2022

Dari data tersebut dapat terlihat, responden menilai kebocoran data tertinggi pada produk keuangan adalah *e-wallet* dengan persentase 36,6% kemudian disusul oleh rekening bank yaitu sebesar 30,2%. Sementara itu, 22,9% responden percaya bahwa produk keuangan dan perbankan tidak mungkin mengalami kebocoran data. Di samping itu, 12% responden pernah mengalami kebocoran data dengan 44% di rekening bank dan 32,2% di saldo *e-wallet*. Kerugian lain yang pernah dialami responden yaitu melakukan transfer atau pembelian karena dihubungi oleh orang maupun perusahaan tertentu (Databoks, 2022).

Salah satu kebijakan yang digunakan untuk menciptakan keamanan transaksi digital tertuang melalui pengesahan Undang-Undang (UU) Nomor 27 tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi atau dapat disingkat UU PDP. Undang-undang ini merupakan UU untuk standar perlindungan data

pribadi secara umum, yaitu elektronik maupun non elektronik sesuai dengan sektor yang bersangkutan. Dalam hal pembayaran secara elektronik, masyarakat mendapatkan perlindungan oleh negara menyangkut data pribadi maupun data transaksi keuangan elektronik. UU PDP yang telah disahkan pemerintah tersebut diharapkan dapat meminimalisir munculnya pelanggaran dan penyalahgunaan data pribadi warga negara Indonesia, serta dengan adanya sanksi yang diatur dalam UU PDP tersebut dapat memberikan efek jera kepada semua pihak yang melakukan pelanggaran penyalahgunaan (Manurung & Thalib, 2022).

Adanya dasar hukum yang mengatur tentang pembayaran digital syariah di Indonesia memberikan peluang untuk terus berkembang dan menarik minat masyarakat Indonesia untuk memanfaatkannya. Untuk mengetahui niat pelanggan dalam menggunakan dompet digital syariah, perlu adanya platform yang aman, terlindungi, dan lebih cepat untuk menerima transformasi digital. Sangat penting untuk memahami perspektif pelanggan terhadap niat dalam menggunakan dompet digital syariah. Studi harus menentukan dan menganalisis faktor kunci yang berkontribusi terhadap keputusan pengguna untuk menggunakan atau menolak teknologi tersebut (Shahzad *et al.*, 2022). Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi elemen dan aspek yang dapat memengaruhi persepsi pengguna terhadap penerimaan teknologi. Penelitian ini mencoba mempelajari *Behavioral Intention* untuk menggunakan dompet digital syariah dengan menggunakan variabel

Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Sharia Compliance, serta *Attitude* sebagai variabel mediasi.

Dalam penelitian Karim *et al.* (2020) menjelaskan bahwa variabel *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Security* dapat digunakan untuk menganalisis niat anak muda Malaysia untuk terus menggunakan *e-wallet*. Hal inilah yang menjadi dasar untuk melakukan penelitian ini terhadap anak muda di Yogyakarta, terutama mahasiswa. Alasan utamanya adalah karena Yogyakarta merupakan kota pelajar, dimana menurut data Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Yogyakarta (2023) setidaknya terdapat 640 ribu pelajar dan mahasiswa yang tercatat menempuh pendidikan di Yogyakarta, di antaranya terdapat 368 ribu mahasiswa dari Perguruan Tinggi Negeri maupun Swasta. Oleh karena itu, digunakan subjek mahasiswa muslim di Yogyakarta karena sebagai generasi milenial mereka lebih suka menggunakan teknologi digital. Selain itu, mahasiswa merupakan representasi dari masyarakat yang memiliki pengetahuan dan memiliki semangat untuk terus mempelajari hal-hal baru.

Di samping itu, di era kemajuan digital sekarang ini pembayaran digital akan semakin mempermudah berbagai macam transaksi dan memberikan banyak manfaat apabila digunakan dengan baik. Pada tahun 2022 telah terjadi peningkatan transaksi uang elektronik di Daerah Istimewa Yogyakarta, hal ini terjadi karena adanya peningkatan transaksi digital dan QRIS yang semakin tinggi (Bank Indonesia, 2022). Kemajuan *fintech* ini

memberikan kemudahan dan sangat digemari generasi milenial yang sudah *melek* teknologi, sehingga memunculkan gaya hidup konsumtif. Menurut penelitian Astuti dan Faujiah (2023), perilaku konsumtif generasi milenial di DIY sudah sangat tinggi, sehingga bertentangan dengan etika konsumsi Islam yang melarang mengonsumsi secara berlebihan. Hal ini dapat terlihat pada peningkatan konsumsi Rumah Tangga di DIY berdasarkan data Bank Indonesia (2022), yang menunjukkan konsumsi Rumah Tangga DIY pada triwulan II 2022 adalah sebesar 62,62%, lebih tinggi sebesar 2,10% dari triwulan sebelumnya. Sejalan dengan Chuang *et al.* (2016) bahwa ketika pengguna layanan *fintech* percaya bahwa manfaat yang diberikan oleh layanan *fintech* berguna dan mudah digunakan, maka akan meningkatkan sikap mereka terhadap penggunaan layanan *fintech*. Artinya semakin tinggi manfaat dan kemudahan dompet digital syariah yang dirasakan, maka semakin besar pula niat mereka untuk menggunakannya secara terus-menerus.

Meningkatnya popularitas uang elektronik dan sistem pembayaran non-tunai di Indonesia saat ini tidak lepas dari semakin besarnya kepedulian masyarakat terhadap riba, seperti membentuk komunitas-komunitas tertentu seperti X-Bank, Komunitas Anti Riba, Masyarakat Tanpa Riba, dan lainnya (Aji *et al.*, 2020). Apalagi mayoritas masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah muslim dengan total 3,41 juta jiwa (Badan Pusat Statistik Provinsi Yogyakarta, 2023). Hal ini memunculkan celah untuk

meneliti bagaimana persepsi mahasiswa muslim terhadap niat perilaku menggunakan dompet digital syariah.

Behavioral Intention atau niat perilaku merupakan tingkat keinginan atau niat pemakai dalam menggunakan sistem secara berulang kali dengan anggapan bahwa informasi tersebut dapat diakses (Venkatesh *et al.*, 2003). Sedangkan menurut Chuang *et al.* (2016), *Behavioral Intention* merupakan tingkat keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi baru. Konsumen akan memercayai bahwa menggunakan dompet digital syariah merupakan pengalaman yang baik dan meningkatkan keinginan mereka untuk menggunakannya apabila konsumen memberikan evaluasi yang positif.

Trivedi (2016) menjelaskan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* secara positif signifikan berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dalam menggunakan *e-wallet* di India. Kim *et al.* (2010) menjelaskan *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* secara positif berpengaruh terhadap niat adaptasi produk *fintech* pada *mobile payment*. Begitu pula dengan penelitian Usman *et al.*, (2022) pada kasus *e-banking* menjelaskan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan. Selain itu, terdapat penelitian lainnya yang membahas *Perceived Ease of Use* tidak signifikan terhadap *Intention* dalam menggunakan *mobile payment* (Aslam *et al.*, 2017; Busu *et al.*, 2018). Dalam penelitian (Kamalul Ariffin & Teik Lim, 2020; Rantung *et al.*, 2020), *Perceived Usefulness* tidak signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital dan pembayaran seluler. Oleh

karena itu, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* menjadi faktor kognitif bagi konsumen yang dapat digunakan dalam penelitian untuk menerima atau menolak dompet digital syariah.

Sikap atau *attitude*, berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM) secara substansial memengaruhi niat atau *intention* terhadap pemanfaatan sistem atau teknologi baru (Davis *et al.*, 1989). Ada hubungan antara sikap konsumen terhadap niat dan perilaku untuk menggunakan adopsi *fintech*, yang telah dibuktikan melalui penerimaan teknologi pada platform agregator pinjaman *online* (Shahzad *et al.*, 2022). Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Lee, 2009), menjelaskan adanya pengaruh *attitude* terhadap minat dalam adopsi *internet banking*. Dengan demikian, ketika konsumen percaya bahwa menggunakan layanan *fintech* adalah alat yang nyaman dan praktis, mereka akan merekomendasikan untuk menggunakannya, sikap konsumen lain terhadap penggunaan layanan *fintech* akan terpengaruh dan meningkat (Chuang *et al.*, 2016).

Perceived Security menggambarkan tingkat kepercayaan konsumen akan keamanan dalam menggunakan prosedur pembayaran seluler (Lai, 2017). Dalam arti lain, persepsi pelanggan tentang tingkat perlindungan terhadap ancaman (Yousafzai *et al.*, 2003). Dalam penelitian Rabaa'i dan Zhu (2021), Revathy dan Balaji (2020), Soodan dan Rana (2020), Taufan *et al.* (2018) menjelaskan bahwa *perceived security* secara positif signifikan berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan *e-wallet*. Penelitian Lai dan Liew (2021) dan Denaputri dan Usman (2019)

menemukan *perceived security* secara positif signifikan berpengaruh terhadap niat menggunakan *mobile payment*. Dengan demikian jika konsumen merasakan keamanan dalam menggunakan dompet digital syariah, maka niat terhadap penggunaan dompet digital syariah akan semakin tinggi.

Dalam kaitannya dengan keuangan Islam, hampir tidak ada perbedaan antara *fintech* dan *fintech* Islam, selama teknologinya tidak bertentangan dengan prinsip syariah, maka itu bisa disebut *Islamic Fintech* (Darmansyah *et al.*, 2020). *Fintech* syariah didefinisikan sama seperti *fintech* konvensional, dengan perbedaan kepatuhan syariah (Khan *et al.*, 2022). Dalam industri keuangan syariah, kepatuhan syariah merupakan hal krusial dalam segi manajerial dan operasional dan keberadaan Dewan Pengawas Syariah (DPS) ini merupakan keharusan untuk setiap lembaga keuangan syariah (Nurhisam *et al.*, 2016). Dalam penelitian (Bakri *et al.*, 2023) terdapat pengaruh positif signifikan antara *sharia compliance* dan *behavioral intention* dalam menggunakan *islamic e-wallet* pada generasi milenial di Malaysia. Sementara pada kasus bank syariah, (Usman *et al.*, 2022) menyatakan terdapat pengaruh *sharia compliance* terhadap niat penggunaan *e-banking*.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka penelitian ini akan membahas tentang faktor-faktor yang memengaruhi *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital syariah. Dengan demikian, untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian lainnya yaitu digunakan

subjek penelitian dompet digital syariah, serta objek penelitian adalah mahasiswa muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta serta menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan menambahkan beberapa variabel penelitian di antaranya *Sharia Compliance* dan *Perceived Security*. Dengan demikian, judul penelitian ini adalah **Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Behavioral Intention* untuk Menggunakan Dompet Digital Syariah (Studi Pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut merupakan rumusan masalah yang digunakan pada penelitian ini:

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023?
3. Apakah *perceived security* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada dalam menggunakan digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023?
4. Apakah *sharia compliance* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023?

5. Apakah *attitude* memediasi hubungan antara *perceived usefulness* dan *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023?
6. Apakah *attitude* memediasi hubungan antara *perceived ease of use* dan *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023?
7. Apakah *attitude* memediasi hubungan antara *perceived security* dan *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023?
8. Apakah *attitude* memediasi hubungan antara *sharia compliance* dan *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh langsung *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* pada penggunaan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh langsung *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention* pada penggunaan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023.

3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh langsung *perceived security* terhadap *behavioral intention* pada penggunaan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023.
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh langsung *sharia compliance* terhadap *behavioral intention* pada penggunaan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023.
5. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *attitude* sebagai pemediasi hubungan antara *perceived usefulness* dan *behavioral intention* pada penggunaan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023.
6. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *attitude* sebagai pemediasi hubungan antara *perceived ease of use* dan *behavioral intention* pada penggunaan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023.
7. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *attitude* sebagai pemediasi hubungan antara *perceived security* dan *behavioral intention* pada penggunaan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023.
8. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *attitude* sebagai pemediasi hubungan antara *sharia compliance* dan *behavioral*

intention pada penggunaan dompet digital syariah pada mahasiswa muslim di Yogyakarta pada tahun 2023.

D. Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Harapan penelitian ini dapat dijadikan sarana untuk menambah ilmu pengetahuan di bidang keuangan syariah, terutama yang berkaitan dengan niat perilaku dalam menggunakan dompet digital syariah dan dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti di masa depan yang melakukan penelitian serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pengembang, diharapkan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan masukan kepada pengembang dompet digital syariah agar dapat memperbaiki sistem layanan keuangan yang berbasis teknologi ini sesuai yang dibutuhkan masyarakat
- b. Bagi *Policy Maker*, besar harapan penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam merancang kebijakan terutama terkait keamanan dan kenyamanan pengguna dompet digital syariah di Indonesia.

E. Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika pembahasan pada penelitian ini terbagi menjadi lima bab, di mana memiliki keterikatan antara satu dan

lainnya. Sistematika ini untuk memberikan konsep dan kerangka pikiran dalam penelitian. Bagian-bagian dalam bab tersebut dapat diuraikan antara lain:

BAB I Pendahuluan merupakan bab pembuka yang terletak di awal bagian yang memiliki tujuan agar dapat memberikan gambaran awal penulis untuk melakukan tahap berikutnya. Pada bagian ini berisi informasi mengenai uraian pendapat tentang permasalahan yang diangkat dalam penelitian dan melatarbelakangi alasan penulisan penelitian ini. Dari permasalahan itulah, kemudian ditarik sebuah rumusan masalah sehingga dapat dijawab pada tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Selanjutnya adalah menyusun sistematika pembahasan yang merupakan bagian untuk mempermudah pembaca dalam memahami susunan penelitian.

BAB II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis adalah penyajian teori-teori yang berkaitan dengan penelitian serta memaparkan hasil-hasil penelitian terdahulu yang sejalan dengan objek penelitian. Kemudian penyusunan hipotesis dan kerangka pemikiran.

BAB III Metodologi Penelitian merupakan bagian yang menjelaskan tentang deskripsi agar penelitian ini dapat dilaksanakan secara operasional. Pada bagian ini akan dijelaskan pula jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi pengukuran variabel dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan menguraikan hasil penelitian dengan memberikan gambaran umum dari penelitian berupa analisis data

dan pembahasan mengenai hasil analisis. Kemudian akan dipaparkan pembahasan tentang variabel-variabel yang diteliti.

BAB V Penutup adalah bagian yang membahas penarikan kesimpulan atas jawaban rumusan masalah pada bab sebelumnya. Pada bagian ini juga berisi saran serta saran dan implikasi penelitian, serta berisi keterbatasan penelitian yang dapat menjadi bahan acuan untuk memperbaiki penelitian di masa yang akan datang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Judul penelitian ini adalah “Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Behavioral Intention* untuk Menggunakan Dompot Digital Syariah (Studi pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)”. Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Security*, dan *Sharia Compliance*, serta *Attitude* terhadap *Behavioral Intention* dalam menggunakan dompet digital syariah. Setelah dilakukan uji PLS-SEM terhadap data penelitian yang telah diperoleh, dilakukan pengujian *outer model*, *inner model*, dan *bootstrapping* menunjukkan hasil bahwa tidak ada masalah pada data penelitian.

Dapat dibuktikan pada hasil penelitian ini terjadi hubungan langsung antara variabel eksogen terhadap variabel endogen sebagian besar pengaruhnya tidak signifikan, yaitu variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Sharia Compliance* tidak signifikan dengan *Behavioral Intention* pada penggunaan dompet digital syariah. Di samping itu, variabel *Perceived Security* berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada penggunaan dompet digital syariah. Artinya bahwa semakin tinggi keamanan yang dirasakan pengguna saat menggunakan dompet digital syariah, akan meningkatkan pula niat perilaku pengguna dalam menggunakan dompet digital syariah.

Variabel mediator *Attitude* digunakan pada penelitian ini untuk memediasi hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil pengolahan data didapatkan bahwa *Attitude* dapat memediasi secara positif signifikan hubungan antara *Perceived Usefulness* dan *Sharia Compliance* terhadap *Behavioral Intention*. Kedua variabel tersebut dapat dimediasi secara penuh atau *full mediation*. Selain itu, variabel *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security* tidak signifikan oleh variabel mediasi *Attitude* atau tidak terdapat pengaruh mediasi dalam hubungan *indirect effect*.

B. Implikasi dan Saran

1. Bagi pengembang dompet digital syariah, diharapkan terus meningkatkan pelayanan terutama dalam operasional aplikasi dan pengaduan konsumen agar semua kendala yang dirasakan konsumen dapat teratasi serta pengenalan produk yang kurang luas sehingga belum dikenal oleh banyak lapisan masyarakat.
2. Bagi *policy maker*, besar harapan penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam merancang kebijakan terutama untuk menambahkan Dewan Pengawas Syariah (DPS) bagi dompet digital syariah agar penerapan prinsip syariah tersebut bukan hanya sebagai *branding* namun benar-benar diterapkan pada perusahaan tersebut.
3. Bagi penulis selanjutnya, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambah jumlah responden dan memperluas wilayah objek penelitian

agar dapat lebih menggambarkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat perilaku dalam menggunakan dompet digital syariah.

4. Penelitian ini dapat terus dikembangkan dan menjadi acuan bagi peneliti di masa depan dengan mempelajari kekurangan yang ada di dalamnya agar menjadi lebih sempurna sehingga tidak ada lagi pertentangan hasil penelitian dengan peneliti sebelumnya.

C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini yaitu dari jumlah data dan sampel yang hanya berfokus pada mahasiswa muslim di Yogyakarta dan kurang melibatkan banyak lapisan masyarakat sehingga kurang menggambarkan pengaruhnya terhadap niat perilaku penggunaan dompet digital syariah. Di samping itu adanya pertentangan hasil penelitian dengan peneliti sebelumnya merupakan keterbatasan yang tidak dapat diabaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (n.d.). *Proceeding: International Conference on Communication, Information Technology and Youth Study (I-CITYS 2019)* (eISBN:978-967-17343-5-3) Bayview Hotel Melaka, Malaysia An Overview of Indonesian Fintech Application. <https://ssrn.com/abstract=3512737>
- Aboelmaged, M. G., & Gebba, T. R. (2013). Mobile Banking Adoption: An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. In *International Journal of Business Research and Development* (Vol. 2, Issue 1). www.sciencetarget.com
- 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>
- Akther, M. (2015). *Munich Personal RePEc Archive Principles of Islamic Finance: Prohibition of Riba, Gharar and Maysir*.
- Alasooly, Dr. H. M. (n.d.). *Review of Some Online Banks and Visa/Master Cards Issuers*.
- Al-hussaini Abulfathi Ibrahim Saleh, B., Abubakar Ibrahim, A., Fauzan Noordin, M., Mohd Mohadis, H., Abulfathi Ibrahim Saleh α , A., Abubakar Ibrahim σ , A., Fauzan Noordin ρ , M., & Mohd Mohadis Ω , H. (2020). *Factors Influencing Adoption of Cryptocurrency-based Transaction from an Islamic Perspective*.
- Alkhowaiter, W. A. (2020). Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: A systematic literature review. *International Journal of Information Management*, 53. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102102>
- Al-Suwailem, S. (2000). Towards An Objective Measure Of Gharar In Exchange. In *Islamic Economic Studies* (Vol. 7). <https://ssrn.com/abstract=3164801>
- Alwi, S., Nadia, M., Salleh, M., Alpandi, R. M., Farazh Ya'acob, F., Mariam, S., & Abdullah, M. (2021). Fintech As Financial Inclusion: Factors Affecting Behavioral Intention To Accept Mobile E-Wallet During Covid-19 Outbreak. In *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education* (Vol. 12, Issue 7).
- Andriyaningtyas, I., Adam, M., & Herianingrum, S. (2022). Penerimaan E-Wallet Syariah Linkaja Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi

- Digital Di Indonesia. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(4).
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.4772>
- APJII. (2022). Profil Internet di Indonesia. <https://sraconsulting.co.id/>, diakses 7 Desember 2022 pukul 21.32 WIB
- Arner, D., Barberis, J., Buckley, R., Law, U., Arner, D. W., & Buckley, R. P. (n.d.). *The Evolution Of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm?*
- Aslam, W., Ham, M., & Arif, I. (2017). Consumer behavioral intentions towards mobile payment services: An empirical analysis in Pakistan. *Market-Trziste*, 29(2), 161–176.
<https://doi.org/10.22598/mt/2017.29.2.161>
- Aydin, G. (2016). Adoption of mobile payment systems: a study on mobile wallets. *Pressacademia*, 5(1), 73–73.
<https://doi.org/10.17261/pressacademia.2016116555>
- Baber, H., & Billah, B. (n.d.). Fintech and Islamic Banks-an integrative model approach to predict the intentions. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 24, 24–45.
- Bakri, M. H., Almansoori, K. K. S. M., & Azlan, N. S. M. (2023). Determinants intention usage of Islamic E-Wallet Among Millennials. *Global Business and Finance Review*, 28(1), 11–32.
<https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.1.11>
- Bank Indonesia. (2017). Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.51.6.1173>
- 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>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2020). Role of Mediator in Examining the Influence of Antecedents of Mobile Wallet Adoption on Attitude and Intention. *Global Business Review*. <https://doi.org/10.1177/0972150920924506>

- Chellappa, R. K. (n.d.). *Consumers' Trust in Electronic Commerce Transactions: The Role of Perceived Privacy and Perceived Security*.
- Chin, W. W. (n.d.). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling The Proactive Technology Project Recovery Function: A Methodological Analysis View project Research Methods View project*. <https://www.researchgate.net/publication/311766005>
- Chowdhury, R. (2023). Impact of perceived convenience, service quality and security on consumers' behavioural intention towards online food delivery services: the role of attitude as mediator. *SN Business & Economics*, 3(1). <https://doi.org/10.1007/s43546-023-00422-7>
- Chuang, L.-M., Liu, C.-C., & Kao, H.-K. (n.d.). International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS) The Adoption of Fintech Service: TAM perspective. In *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)* (Vol. 3, Issue 07). www.ijmas.org
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of "Generation X" in Hungary to use mobile payment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Darmansyah, Fianto, B. A., Hendratni, A., & Aziz, P. F. (2020). Factors determining behavioral intentions to use Islamic financial technology: Three competing models. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 794–812. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0252>
- Darmawan. (2021). *Manajemen Risiko Keuangan Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. In *Source: Management Science* (Vol. 35, Issue 8). <https://www.jstor.org/stable/2632151?seq=1&cid=pdf->
- Denaputri, A., & Usman, O. (n.d.). *Effect of Perceived Trust, Perceived Security, Perceived Usefulness and Perceived Ease of use on Customers' Intention to Use Mobile Payment*. <https://ssrn.com/abstract=3511632>
- Dickerson, K. L., & Quas, J. A. (2021). Perceived life expectancy, environmental unpredictability, and behavior in high-risk youth. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 77, 101344. <https://doi.org/10.1016/J.APPDEV.2021.101344>

- Digital Payments in Indonesia*. (n.d.). Retrieved February 12, 2023, from <https://finantier.co/blog/digital-payments-in-indonesia/>
- Fairouz, J. (2016). Journal of Internet Banking and Commerce An Investigation Of Factors Influencing Consumers' Intention To Use Online Shopping: An Empirical Study In South Of. In *Journal of Internet Banking and Commerce* (Vol. 21, Issue 2). <http://www.icommercecentral.com>
- Fishbein, M. (1963). An Investigation of the Relationships between Beliefs about an Object and the Attitude toward that Object. *Human Relations*, 16(3), 233–239. <https://doi.org/10.1177/001872676301600302>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research* (Vol. 27).
- Fitria, T. N., Ariessa Pravasanti, Y., & Prastiwi, I. E. (n.d.). *Transactions Using E-Wallets: How Is the Perspective of Islamic Economics?* <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.2857>
- Flavián, C., & Guinalú, M. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy: Three basic elements of loyalty to a web site. *Industrial Management & Data Systems*, 106(5), 601–620. <https://doi.org/10.1108/02635570610666403>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. In *Source: Journal of Marketing Research* (Vol. 18, Issue 1).
- Garrouch, K. F. (2022). Explaining the comparative perception of e-payment: role of e-shopping value, e-payment benefits and Islamic compliance. *Journal of Islamic Marketing*, 13(7), 1574–1588. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0240>
- Ghosh, G. (2021). *Adoption of Digital Payment System by Consumer: A review of Literature*. www.ijcrt.org
- Gitau, L., & Nzuki, D. (2014). Analysis of Determinants of M-Commerce Adoption by Online Consumers. In *International Journal of Business* (Vol. 4, Issue 3). <https://www.researchgate.net/publication/282867341>
- Gomber, P., Koch, J. A., & Siering, M. (2017). Digital Finance and FinTech: current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537–580. <https://doi.org/10.1007/s11573-017-0852-x>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019a). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business*

Review (Vol. 31, Issue 1, pp. 2–24). Emerald Group Publishing Ltd.
<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019b). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business Review* (Vol. 31, Issue 1, pp. 2–24). Emerald Group Publishing Ltd.
<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry*, *11*(3).
<https://doi.org/10.3390/sym11030340>
- Ibrahim, M., & Hameed, S. (2009). *Accounting & auditing for Islamic financial institutions*.
- Jerene, W., & Sharma, D. (2020). The adoption of financial technology in Ethiopia: a study of bank customers perspective. *Journal of Banking and Financial Technology*, *4*(1), 53–63.
<https://doi.org/10.1007/s42786-020-00015-0>
- Kaakeh, A., Hassan, M. K., & van Hemmen Almazor, S. F. (2019). Factors affecting customers' attitude towards Islamic banking in UAE. *International Journal of Emerging Markets*, *14*(4), 668–688.
<https://doi.org/10.1108/IJOEM-11-2017-0502>
- Kamalul Ariffin, S., & Teik Lim, K. (2020). *Investigating Factors Affecting Intention to Use Mobile Payment Among Young Professionals in Malaysia*.
- Karim, W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, A., & Anis, Z. (n.d.). Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults. *JIBM) Journal of International Business and Management*. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21>
- Kazaure, M. A., Abdullah, A. R., Zawawi, D. B., & Hamzah, A. (2021). Determinants of SMEs intention to adopt Islamic crowdfunding model in Northwestern Nigeria. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, *12*(2), 204–217. <https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2019-0234>
- Khan, M. S., Rabbani, M. R., Hawaldar, I. T., & Bashar, A. (2022). Determinants of Behavioral Intentions to Use Islamic Financial Technology: An Empirical Assessment. *Risks*, *10*(6).
<https://doi.org/10.3390/risks10060114>
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, *26*(3), 310–322.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>

- Kolsaker, A., & Payne, C. (2002). Engendering trust in e-commerce: a study of gender-based concerns. *Marketing Intelligence & Planning*, 20(4), 206–214. <https://doi.org/10.1108/02634500210431595>
- Lai, P. C., & Liew, E. J. Y. (2021). Towards a Cashless Society: The Effects of Perceived Convenience and Security on Gamified Mobile Payment Platform Adoption. *Australasian Journal of Information Systems*, 25. <https://doi.org/10.3127/AJIS.V25I0.2809>
- Lee, K. H., & Ullah, S. (2011). Customers' attitude toward Islamic banking in Pakistan. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 4(2), 131–145. <https://doi.org/10.1108/17538391111144524>
- Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130–141. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2008.11.006>
- Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014). Antecedents of the adoption of the new mobile payment systems: The moderating effect of age. *Computers in Human Behavior*, 35, 464–478. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.022>
- MacKinnon, D. P., Warsi, G., & Dwyer, J. H. (1995). A Simulation Study of Mediated Effect Measures. *Multivariate Behavioral Research*, 30(1), 41–62. https://doi.org/10.1207/s15327906mbr3001_3
- Majid, R., & Nugraha, R. A. (2022). Crowdfunding And Islamic Securities: The Role Of Financial Literacy. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 8(1), 89–112. <https://doi.org/10.21098/jimf.v8i1.1420>
- Marangunić, N., & Granić, A. (2015). Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013. *Universal Access in the Information Society*, 14(1), 81–95. <https://doi.org/10.1007/s10209-014-0348-1>
- Mensah, I. K. (2019). Factors Influencing the Intention of University Students to Adopt and Use E-Government Services: An Empirical Evidence in China. *SAGE Open*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/2158244019855823>
- Mulia, D., Usman, H., & Parwanto, N. B. (2020). The role of customer intimacy in increasing Islamic bank customer loyalty in using e-banking and m-banking. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1097–1123. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2019-0190>
- Nitzl, C., Roldan, J. L., & Cepeda, G. (2016). Mediation analysis in partial least squares path modelling, Helping researchers discuss more sophisticated

models. *Industrial Management and Data Systems*, 116(9), 1849–1864.
<https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2015-0302>

- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. In *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah* (Vol. 2, Issue 2). <https://www.bi.go.id>
- Nurfalah, I., & Rusydiana, A. S. (2019). Digitalisasi Keuangan Syariah Menuju Keuangan Inklusif: Kerangka Maqashid Syariah. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11(1), 55. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v11i1.1205>
- Nurhisam, L., Islam, U., Sunan, N., Yogyakarta, K., Marsda, J., & Yogyakarta, A. (2021). *Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) dalam Industri Keuangan Syariah*.
- Ogedebe, P., & Jacob, B. P. (2012). *E-Payment : Prospects and Challenges in Nigerian Public Sector*.
- Ordóñez de Pablos, P., Zhang, X. (Researcher in business management), & Almunawar, M. N. (n.d.). *Handbook of research on disruptive innovation and digital transformation in Asia*. 661. Retrieved February 19, 2023, from https://books.google.com/books/about/Handbook_of_Research_on_Disruptive_Innov.html?hl=id&id=ox4nEAAAQBAJ
- Purnamaningsih, P., & Rizkalla, N. (2020). Analisis Pengaruh Ubiquity, Personalization, Dan Informativeness Terhadap Usefulness Dan Implikasinya Terhadap Stickiness Of Mobile Application Telaah Pada Pengguna Music Streaming Application. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 11, 94–105. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v11i2.1391>
- Putu, I., Noviana, T., & Darma, G. S. (2020). *Exploring Digital Marketing Strategies During the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment* (Vol. 4, Issue 3). <https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik>
- Qin, Z., & Qing hua da xue (Beijing, C. (2009). *Introduction to e-commerce*. 517. https://books.google.com/books/about/Introduction_to_E_commerce.html?hl=id&id=cheOQeh8rk4C
- Rabaa'i, A. A., & Zhu, X. (2021). Understanding the determinants of wearable payment adoption: An empirical study. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 16, 173–211. <https://doi.org/10.28945/4746>

- Rahayu, R. (2022). Factors That Influence the Behavioural Intention to Use E-Payments in Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 116. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.504>
- Ramadan, R., & Aita, J. (2018). A model of mobile payment usage among Arab consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1213–1234. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2017-0080>
- Rantung, H. M., Tumbuan, W. J. F. A., & Gunawan..., E. M. (2020). The Determinants Influencing Behavioral Intention To Use E-Wallet During Covid-19 Pandemic In Manado. *352 Jurnal EMBA*, 8(4), 352–360.
- Revathy, C., & Balaji Assistant Professor, P. (2020). Article ID: IJM_11_06_008 Lockdown Period. *International Journal of Management (IJM)*, 11(6), 92–104. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.6.2020.008>
- Rizki, A., Abubakar, A., & Basri, H. (2023). Economics and Digital Business Review Pandangan Al-Qur'an Terhadap Bentuk Transaksi Maysir, Gharar & Riba di Indonesia. In *Economics and Digital Business Review* (Vol. 4, Issue 1).
- Saif Noman Khan, M., Kabir Hassan, M., & Ibneyy Shahid, A. (n.d.). *Banking Behavior of Islamic Bank Customers in Bangladesh*.
- Seetharaman, A., Nanda Kumar, K., Palaniappan, S., & Weber, G. (2017). Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore. In *Journal of Applied Economics and Business Research JAEBR* (Vol. 7, Issue 2).
- Sekaran, Uma. (2003). *Research methods for business: a skill-building approach*. 450. https://books.google.com/books/about/Research_Methods_for_Business.html?hl=id&id=0aAsAAAACAAJ
- Senali, M. G., Iranmanesh, M., Ismail, F. N., Rahim, N. F. A., Khoshkam, M., & Mirzaei, M. (2022). Determinants of Intention to Use e-Wallet: Personal Innovativeness and Propensity to Trust as Moderators. *International Journal of Human-Computer Interaction*. <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2076309>
- Shahzad, A., Zahrullail, N., Akbar, A., Mohelska, H., & Hussain, A. (2022). COVID-19's Impact on Fintech Adoption: Behavioral Intention to Use the Financial Portal. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(10). <https://doi.org/10.3390/jrfm15100428>
- Shetu, S. N., Islam, Md. M., & Promi, S. I. (2022). An Empirical Investigation of the Continued Usage Intention of Digital Wallets: The Moderating

Role of Perceived Technological Innovativeness. *Future Business Journal*, 8(1), 43. <https://doi.org/10.1186/s43093-022-00158-0>

- Siagian, H., Tarigan, Z. J. H., Basana, S. R., & Basuki, R. (2022). The effect of perceived security, perceived ease of use, and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 861–874. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.010>
- Singh, G., & Rajeev, P. V. (2021). Fintech: An Inquisitive Disruptive Technology for Small Retailers. In *Volatiles & Essent. Oils* (Vol. 8, Issue 5).
- Sinha, N., & Singh, N. (2022). Moderating and mediating effect of perceived experience on merchant's behavioral intention to use mobile payments services. *Journal of Financial Services Marketing*. <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00163-y>
- Soliman, F., & Youssef, M. A. (2003). Internet-based e-commerce and its impact on manufacturing and business operations. *Industrial Management and Data Systems*, 103(8–9), 546–552. <https://doi.org/10.1108/02635570310497594>
- Soodan, V., & Rana, A. (2020). Modeling customers' intention to use e-wallet in a developing nation: Extending UTAUT2 with security, privacy and savings. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 18(1), 89–114. <https://doi.org/10.4018/JECO.2020010105>
- Survei: Ini Produk Keuangan yang Dianggap Rentan Kebocoran Data.* (n.d.). Retrieved February 12, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/14/survei-ini-produk-keuangan-yang-dianggap-rentan-kebocoran-data>
- Suthar, D. (2021). Artificial Intelligence Accounting Technology Perception and Acceptance. Retrieved February 19, 2023, from <https://www.researchgate.net/publication/353021529>
- Taufan, A., Taufan1, A., & Trisno, R. (2018). Analysis of Factors That Affect Intention to Use e-Wallet through the Technology Acceptance Model Approach (Case Study: GO-PAY). *International Journal of Science and Research*, 8. <https://doi.org/10.21275/ART2020219>
- Todorof, M. (2018). Shariah-compliant FinTech in the banking industry. In *ERA Forum* (Vol. 19, Issue 1). Springer Verlag. <https://doi.org/10.1007/s12027-018-0505-8>
- Toledo, A. H., Flikkema, R., & Toledo-Pereyra, L. H. (2011). Developing the research hypothesis. In *Journal of Investigative Surgery* (Vol. 24, Issue 5, pp. 191–194). <https://doi.org/10.3109/08941939.2011.609449>
- Trivedi, J. (2016). *Factors Determining the Acceptance of E-Wallet.*

- Ullah, H. (2014). Shari'ah compliance in Islamic banking: An empirical study on selected Islamic banks in Bangladesh. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 7(2), 182–199. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-06-2012-0051>
- Usman, H., Projo, N. W. K., Chairy, C., & Haque, M. G. (2022). The exploration role of Sharia compliance in technology acceptance model for e-banking (case: Islamic bank in Indonesia). *Journal of Islamic Marketing*, 13(5), 1089–1110. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0230>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies* (Vol. 46, Issue 2). <https://about.jstor.org/terms>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. In *Quarterly* (Vol. 27, Issue 3).
- View of Tinjauan Yuridis Perlindungan Data Pribadi Berdasarkan Uu Nomor 27 Tahun 2022*. (n.d.). Retrieved February 23, 2023, from <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/JHS/article/view/5941/4526>
- Warshaw, P. R., & Davis, F. D. (1985). Disentangling Behavioral Intention and Behavioral Expectation. In *Journal Of Experimental Social Psychology* (Vol. 21).
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/ALMAAL.V2I1.2803>
- Wijyanthi, I. M. (2019). Behavioral Intention Of Young Consumers Towards E-Wallet Adoption: An Empirical Study Among Indonesian Users. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 85(1), 79–93. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-01.09>
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., & Foxall, G. R. (2003). A proposed model of e-trust for electronic banking. *Technovation*, 23(11), 847–860. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00130-5](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00130-5)
- Yusfiarto, R., Sunarsih, S., & Darmawan, D. (2023). Understanding Muslim's switching from cash to m-payments: based on push-pull-mooring framework. *Journal of Islamic Marketing*, 14(2), 342–365. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2021-0135>
- Yuspita, R., Pebruary, S., & Kamala, A. Z. H. (2019). The society's perceptions on the use of fintech services in sharia financial institutions. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 5(2), 87–92. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol5.iss2.art6>

- Zhang, T., Lu, C., & Kizildag, M. (2018). Banking “on-the-go”: examining consumers’ adoption of mobile banking services. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 10(3), 279–295. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2017-0067>
- Zhang, Y., Weng, Q., & Zhu, N. (2018). The relationships between electronic banking adoption and its antecedents: A meta-analytic study of the role of national culture. In *International Journal of Information Management* (Vol. 40, pp. 76–87). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.015>

