

**DETERMINAN NIAT KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN
PEMBAYARAN LINKAJA SYARIAH PADA E-COMMERCE**



TESIS

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
MAGISTER EKONOMI SYARIAH**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

OLEH:

MADINATUL MUNAWWARAH

NIM: 21208011015

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

**DETERMINAN NIAT KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN
PEMBAYARAN LINKAJA SYARIAH PADA E-COMMERCE**



TESIS

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
MAGISTER EKONOMI SYARIAH**

OLEH:

MADINATUL MUNAWWARAH

NIM: 21208011015

DOSEN PEMBIMBING:

Dr. JEIHAN ALI AZHAR, S.Si., M.E.I

NIP. 198712072019031009

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN TESIS



**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-1277/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINASI NIAT KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN PEMBAYARAN LINKAJA SYARIAH PADA E-COMMERCE

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MADINATUL MUNAWWARAH, S.E.,
Nomor Induk Mahasiswa : 21208011015
Telah diujikan pada : Jumat, 04 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

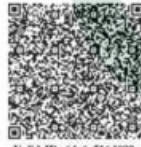
TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si., M.E.I
SIGNED

Valid ID: 64c2c502c10d7



Penguji I

Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.
SIGNED

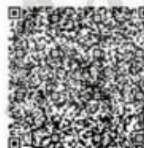
Valid ID: 6466c516d089c



Penguji II

Dr. Abdul Haris, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 64c19927ae198



Yogyakarta, 04 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawitza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6466c6648d3c

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal: Tesis Saudari Madinatul Munawwarah

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di – Yogyakarta

Assalamualaikum, Wr.Wb.

Setelah Membaca, meneliti memberikan petunjuk dan mengeroksi serta menanyakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa tesis saudara:

Nama : Madinatul Munawwarah

NIM : 21208012015

Judul Tesis : DETERMINAN MINAT KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN
PEMBAYARAN LINKAJA SYARIAH PADA E-COMMERCE


Sudah dapat di ajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magsiter dalam Ilmu ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 6 Juli 2023

Pembimbing


DR. JEIHAN ALI AZHAR, S.Si., M.E.I
NIP: 1987120720190310009

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamualaikum, Wr.Wb.

Saya Yang Bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Madinatul Munawwarah
NIM : 21208011015
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Menyatakan bahwa tesis saya yang berjudul **“DETERMINAN NIAT KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN PEMBAYARAN LINKAJA SYARIAH PADA E-COMMERCE”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri. Bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebutkan dalam body note dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat agar dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana perlunya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 6 Juli 2023

Hormat Saya



Madinatul Munawwarah

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Madinatul Munawwarah
NIM : 21208011015
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, karya ilmiah saya yang berjudul:

“DETERMINAN NIAT KONSUMSI DALAM MENGGUNAKAN PEMBAYARAN LINKAJA SYARIAH PADA E-COMMERCE”

Dengan ini menyatakan bahwa sanggup untuk menerbitkan Tesis Ke Jurnal yang tersitasi Standar DOAJ (*Directory Of Open Acces Journals*). Guna memenuhi salah satu syarat Ujian Tugas Akhir/Tesis di Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 6 Juli 2023
Penulis

Madinatul Munawwarah



HALAMAN MOTTO

"Allah tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan kemampuannya"

(Q.S Al-Baqarah:286)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT serta doa dan dukungan orang-orang tercinta hingga akhirnya tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tesis ini saya persembahkan kepada:

Peneliti yang sudah menyelesaikan

Kedua Orang tua tercinta alm ayah Drs. Alamsyah dan Ibu Hj. Tsuraiya serta bunda Asmaul Husna S.P, S.Pd

Terima kasih atas segala doa, motivasi, nasihat, cinta dan kasih sayang yang tak pernah memudar termakan usia serta terima kasih atas dukungan moril juga materil yang tak terhingga.

Kakak, abang, adik dan ponaan tersayang yang selalu memberikan dukungan dan doa.

Kepada teman-teman angkatan wabilkhusus Kelas A Megister Ekonomi Syariah

Tempat berbagi cerita dan pangalaman sehingga menghasilkan banyak pembelajaran

serta untuk Almamater saya UIN Sunan Kalijaga

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum WaRahamatullahi WaBarakatuh

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT, tesis dengan judul “Determinan Niat Konsumen Menggunakan LinkAja Syariah Pada E-commerce” ini dapat diselesaikan dengan baik.

Adapun tesis ini disusun untuk memenuhi persyaratan tugas akhir studi dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata dua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih banyak kelemahan dan kekurangan sehubungan dengan keterbatasan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, sebagai perbaikan penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Meskipun begitu, berkat dukungan, bantuan, bimbingan dan perhatian dari berbagai pihak tesis ini dapat diselesaikan.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan arahan, bimbingan, dukungan baik tenaga, moral dan spiritual yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan tesis ini dengan baik. Oleh karena itu, perkenankan penulis untuk 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 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc. selaku Ketua Prodi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan Sekretarit Prodi, Bapak Joko Setyono, SE., M.Si.
4. Bapak Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si., M.E.I selaku dosen pembimbing Tesis saya yang berkenan meluangkan waktu, pikiran dan tenaganya untuk membimbing dan mengarahkan saya tanpa kenal lelah.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang tak terhingga kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh pegawai staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, khususnya Ibu Herin Ratnaningsih, S.Pd., M.Pd.
7. Orangtua penulis, Alm ayah Drs. Alamsyah, dan Ibu Hj.Tsuraiya yang memberikan segala bentuk dukungan kepada penulis. Kasih sayang, doa, dukungan, moril dan materil untuk keberlangsungan pendidikan penulis.
8. Kakak, Abang dan adik yang juga turut mendoakan kelancaran pendidikan penulis dan kelancaran penyusunan tesis ini, Sarah Naiyah S.Pd, Rita Zahara Amd.Kep, Ns.Chairun Nisa S.Kep, Suhendra Putra M.Pd, Ricky Hidayat CH, Musliadi S.Tp dan Miftahul Jannah Amd.Fis.
9. Razali Umar Family yang memberikan segala bentuk dukungan kepada penulis. Doa, dukungan, moril dan materil untuk keberlangsungan pendidikan penulis.
10. Teman-teman seperjuangan saya, yang sudah banyak membantu saya berbagi ide, informasi, dukungan dan semangat, khususnya teman-teman tongkrongan muslim kemana-kemana (masdhuqi, itsbad, ilham, madu, ummi, rani, tari, arini, mila, dan syagira) terima kasih atas dukungan, kesediaan untuk berbagi informasi dan pikirannya dan terimakasih sudah bersabar terus menerus ditanyai oleh penulis mengenai proses pengurusan tesis ini dan juga kepada teman-teman lain yang sama-sama sedang menyusun tesis dan saling dukung, saling menyemangati dengan penulis.
11. Teman-Teman Seperjuangan lainnya, mahasiswa Magister Ekonomi Syariah angkatan 2021.
12. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih banyak atas segala bantuannya.
Semoga segala kebaikan yang diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Sekali lagi penulis mengucapkan *Jazakumullah Khairan Khatsiran*. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat. Oleh karena itu, segala bentuk respon pembaca akan sangat penulis hargai untuk penulisan penelitian ini menjadi lebih baik.

Wassalamu'alaikum waRahamtullahi waBarokatuh

Yogyakarta, 06 Juli 2023

Hormat saya,



Madinatul Munawwarah
NIM. 21208011015



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
<i>ABSTRACT</i>	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
E. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA	15
A. Landasan Teori.....	15
1. Konsep LinkAja Syariah	15
2. Teori Niat Perilaku Penggunaan	17
3. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT-2).....	19
B. Kajian Pustaka	30
C. Pengembangan Hipotesis	37
D. Kerangka Teoritik	44
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Desain Penelitian.....	56
B. Definisi Operasional Variabel	56
C. Populasi dan Sampel	58
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	60
E. Teknik Analisis Data.....	60
1. Statistik Deskriptif	61
2. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	62

3. Evaluasi Model Struktural (inner model).....	63
4. Pengujian Hipotesis (Resampling Bootstrapping).....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
B. Analisis Deskriptif	67
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Provinsi	69
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	71
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	72
6. Karakteristik Responden berdasarkan Intensitas Penggunaan	73
C. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	75
1. Skema Model Partial Least Square	75
2. Uji Validitas	75
a. Uji Validitas Konvergen	77
b. Uji Validitas Diskriminan	75
D. Evaluasi Model Struktur (Inner Model).....	77
E. Hasil Uji Hipotesis	83
F. Pembahasan.....	85
1. Pengaruh Ekspektasi Kinerja Terhadap Niat Konsumen Menggunakan LinkAja Syariah.....	85
2. Pengaruh Ekspektasi Usaha Terhadap Niat Konsumen Menggunakan LinkAja Syariah.....	87
3. Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Niat Konsumen Menggunakan LinkAja Syariah.....	89
4. Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi Terhadap Niat Konsumen Menggunakan LinkAja Syariah	92
5. Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Niat Konsumen Menggunakan LinkAja Syariah.....	94
6. Pengaruh Nilai Harga Terhadap Niat Konsumen Menggunakan LinkAja Syariah	96
7. Pengaruh Kebiasaan Terhadap Niat Konsumen Menggunakan LinkAja Syariah.....	98
BAB V KESIMPULAN	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Implikasi.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
Lampiran	101

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Provinsi.....	69
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	72
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	73
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan	74
Tabel 4.7 Nilai Average Variance Extrace (AVE).....	78
Tabel 4.8 Nilai Fornell-Laker	78
Tabel 4.9 Nilai Composite Reliability	79
Tabel 4.10 Nilai Loading Faktor Variabel Ekspektasi Kinerja.....	79
Tabel 4.11 Nilai Loading Faktor Variabel Ekspektasi Usaha.....	80
Tabel 4.12 Nilai Loading Faktor Variabel Pengaruh Sosial	80
Tabel 4.13 Nilai Loading Faktor Variabel Kondisi yang Memfasilitasi.....	81
Tabel 4.14 Nilai Loading Faktor Variabel Motivasi Hedonisik	69
Tabel 4.15 Nilai Loading Faktor Variabel Nilai Harga	76
Tabel 4.16 Nilai Loading Faktor Variabel Kebiasaan	70
Tabel 4.17 Hasil Loading Faktor Variabel Niat Menggunakan.....	70
Tabel 4.18 Hasil R-square dan Q-Square.....	82
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis	83
Tabel 4.20 Detail Jawaban Kuesioner Ekspektasi Kinerja	74
Tabel 4.21 Detail Jawaban Kuesioner Ekspektasi Usaha	76
Tabel 4.22 Detail Jawaban Kuesioner Pengaruh Sosial.....	79
Tabel 4.23 Detail Jawaban Kuesioner Kondisi yang Memfasilitasi	82
Tabel 4.24 Detail Jawaban Kuesioner Motivasi Hedonisik.....	84
Tabel 4.25 Detail Jawaban Kuesioner Nilai Harga.....	876
Tabel 4.26 Detail Jawaban Kuesioner Kebiasaan.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 GMV Ekonomi Digital di Indonesia	2
Gambar 2.1 Model Konseptual UTAUT-2	21
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	45
Gambar 4.1 Skema Model-PLS	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2. Deskripsi Responden Penelitian	103
Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Responden	117
Lampiran 4. Hasil Persentase Tabulasi responden.....	139
Lampiran 5. Hasil Pengujian Outer Model	141
Lampiran 6. Hasil Pengujian Inner Model	141
Lampiran 7. Nilai Fornell-Larcker	142
Lampiran 8. Nilai Alpha, AVE, dan Composite Reliability	142
Lampiran 9. Nilai R square, Q square.....	143
Lampiran 10. Path Coefficien	143
Lampiran 11. Curriculum Vitae	1434



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedon, nilai harga dan kebiasaan terhadap niat menggunakan link aja syariah. Model yang digunakan adalah menggunakan teori UTAUT-2. Responden dalam penelitian ini berjumlah 270 pengguna LinkAja Syariah yang tersebar di Indonesia. Pendekatan yang digunakan adalah deskripsi kuantitatif dengan menggunakan SEM (*structural equation model*) sebagai model analisis dengan menggunakan perangkat lunak SmarPLS 3.0. variabel ekspektasi usaha, nilai harga dan kebiasaan memiliki berpengaruh terhadap niat menggunakan LinkAja Syariah. Namun ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi dan motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan LinkAja Syariah. Hasil temuan ini diharapkan memberikan kontribusi pada pemahaman tentang niat menggunakan LinkAja Syariah yang ada di Indonesia.

Kata Kunci: UTAUT-2, Niat Menggunakan, LinkAja Syariah



ABSTRACT

This study aims to examine the variables of performance expectations, effort expectations, social influence, facilitating conditions, hedon motivation, price value, and habits of behavior intention linkaja sharia. The model used is using the UTAUT-2 theory. Respondents in this study totaled 270 linkaja sharia users spread across Indonesia. The approach used is a quantitative description using SEM (structural equation model) as an analysis model using SmarPLS 3.0 software. The variables of business expectations, price value, and habits have an effect on behavior intention linkaja sharia. However, performance expectations, social influence, facilitating conditions and hedonic motivation have no effect on behavior intention linkaja sharia. The results of these findings are expected to contribute to the understanding of behavior intention linkaja sharia in Indonesia.

Keywords: UTAUT-2, Behavior Intention, LinkAja Syariah



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

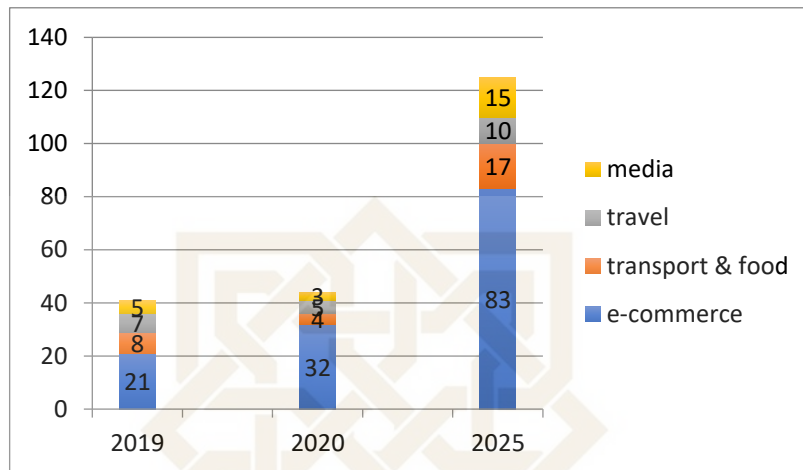
Teknologi yang semakin mengalami perkembangan dapat membuat pengaruh yang signifikan terhadap kepada perekonomian seperti ranah bisnis pemasaran salah satunya *Electronic Commerce* atau *e-commerce*. Sistem tersebut sering digunakan untuk melakukan kegiatan komersial yang mencakup proses pemasaran, belanja, penjualan, maupun layanan dan jasa pembayaran yang menggunakan semua fungsi telekomunikasi yang terhubung pada jaringan mitra seluruh dunia (Nugraha & Nuraeni, 2021).

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara 78,19% dari total populasi Indonesia sebanyak 275,77 juta jiwa. Dibandingkan dengan survei periode sebelumnya, tingkat penetrasi internet Indonesia pada tahun ini mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 mencapai 64,8. Pada tahun 2019-2020 naik menjadi 73,7% dan pada tahun 2021-2022 yang sebesar 77,02% yang meningkat sebesar 1,17 persen¹ (Indonesiabaik.id).

Menurut penelitian dari organisasi digital internasional *We Are Social* (2020), periode industri 5.0 di Indonesia telah mengalami perubahan

¹ <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi> diakses pada 17 Maret 2023

sebagaimana teknologi digital dikembangkan. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan pengguna internet yang terjadi setiap tahunnya.



Gambar 1.1 GMV Ekonomi Digital di Indonesia

Sumber: data diolah 2023

Pada gambar (1.1) melansir dari laporan *e-economySEA* (2020), transaksi *e-commerce* di Indonesia diperkirakan akan meningkat hampir 160% dalam lima tahun kedepan, dengan proyeksi GMV sebesar US\$ 83 miliar pada tahun 2025 mengalami kenaikan dari US\$ 32 miliar di tahun 2020²(*economysea*, 2020). Beberapa faktor telah berkontribusi terhadap pesatnya pertumbuhan industri *e-commerce* yang dapat meningkatkan penetrasi smartphone dan internet serta pertumbuhan konsumen kelas menengah, digabungkan dengan populasi muda yang paham teknologi adalah salah satu penentu utama untuk pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Meningkatnya pertumbuhan *e-commerce* akan menyebabkan peningkatan pembayaran *e-wallet*.

² https://economysea.withgoogle.com/intl/id_id/report/, diakses pada 17 Oktober 2022.

Dompot digital atau e-wallet dapat digunakan dalam melaksanakan sebuah transaksi yang legal, cepat, aman, serta terintegrasi (Alam *et al.*, 2019) Perangkat seluler digunakan dalam metode pembayaran e-wallet. Pembayaran langsung dan pembayaran tidak langsung hanyalah dua dari beberapa layanan yang ditawarkan oleh pembayaran e-wallet (de Luna *et al.*, 2019).

Menurut data studi survei dari DataIndonesia.id.³ menyebutkan bahwa pengguna e-wallet adalah yang paling banyak dan menduduki peringkat pertama di masyarakat sebagai metode pembayaran, yaitu sebesar 94% dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya. Saat ini yang sedang berkembang adalah program e-wallet Shopee, Gopay, OVO, LinkAja, dan Dana.

Berdasarkan hasil survei katadata.co.id⁴ persentase yang menggunakan *e-wallet* pada tahun 2022 Gopay menduduki persentase pertama sebanyak 87%, OVO dengan persentase 80,4%, Dana dengan persentase 75,6%, dan shopeepay 53,2% dan LinkAja menduduki posisi kelima dengan persentase 47,5%. Pada tahun 2021 frekuensi pengguna yang melakukan transaksi menggunakan LinkAja sebanyak 8,2 kali per bulan dengan volume transaksi sebesar 6%.

LinkAja merupakan transformasi dari gabungan dompet elektronik yang dimiliki oleh beberapa perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) diantaranya PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (T-Cash), PT Bank Mandiri

³ <https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-digital-konsumen-pilih-ewallet-atau-mobile-banking>, diakses pada 20 Oktober 2022.

⁴ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/28/gopay-jadi-dompot-digital-paling-populer-di-indonesia>, diakses pada 22 Oktober 2022.

Tbk (e-Cash), PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (T-Bank), dan PT Bank Negara Indonesia Tbk (UnikQu). LinkAja dikembangkan oleh PT Fintek Karya Nusantara dan resmi diluncurkan oleh Kementerian BUMN pada 30 Juni 2019 (Al-Azawei & Alowayr, 2020).

Pertumbuhan linkaja memungkinkannya untuk melakukan diversifikasi menjadi LinkAja Syariah yang menjadi sebuah teknologi keuangan dengan aspek syariah pertama di Indonesia yang memenuhi berbagai kebutuhan transaksional. LinkAja Syariah menunjukkan dedikasinya untuk membantu pemerintah dalam memperluas inklusi keuangan digital syariah. Sejak April 2020, LinkAja Syariah secara rutin memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat dengan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (LinkAja.id, 2022)⁵. Atas kontribusinya dalam memajukan teknologi keuangan berbasis syariah di Indonesia, LinkAja Syariah menerima penghargaan sebagai penyedia layanan pembayaran digital terbaik pada ajang Asset Triple A Islamic Finance Awards pada tahun 2022 (LinkAja.id, 2022)⁶. Melalui Fatwa DSN MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017, e-wallet adalah komponen dari pelayanan keuangan elektronik dengan disediakan oleh PT Fintek Karya Nusantara (FINARYA) terdaftar serta diawasi oleh Bank Indonesia. Melalui diterimanya sertifikasi dari DSN MUI dan BI ini, maka penggunaan LinkAja Syariah bebas dari risiko riba (DSNMUI.or.id, 2022)⁷. Perbedaan LinkAja Syariah dan

⁵ <https://www.linkaja.id/artikel/linkaja-syariah-raih-penghargaan-internasional-sebagai-layanan-keuangan-digital-terbaik-2022>, diakses pada 17 november 2022

⁶ <https://www.linkaja.id/artikel/linkaja-syariah-raih-penghargaan-internasional-sebagai-layanan-keuangan-digital-terbaik-2022>, diakses pada 17 november 2022.

⁷ <https://dsnmui.or.id/kategori/fatwa/page/4/>, diakses pada 20 Oktober 2022.

LinkAja, pertama pada penyimpanan dana, link aja syariah menyimpan dananya pada bank syariah, sedangkan yang reguler menyimpan dana pada bank konvensional. Berbeda dengan diskon linkaja yang hanya dapat diterima melalui merchant atau link, mekanisme diskon pada LinkAja Syariah menawarkan diskon langsung dari merchant. Ketiga, LinkAja Syariah menggunakan teknik transaksi yang sesuai dengan syariah, sedangkan linkaja mengikuti perkembangan metode transaksi yang ada.

Dalam perkembangannya LinkAja Syariah terus melakukan upaya pengembangan inovasi fitur layanan pembayaran digital untuk memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen dan masyarakat (Rizaldi, 2021). Selama pandemi popularitas uang elektronik semakin meningkat dan fungsinya semakin luas, mulai dari pembayaran telekomunikasi, bayar tagihan, pembayaran transportasi non tunai, pembayaran pajak, membayar zakat, penyaluran dana sosial, belanja online dan lainnya (digitalbank.id, 2022)⁸. LinkAja Syariah, berbeda dengan linkaja biasa, merupakan fitur layanan uang elektronik yang dijalankan selaras pada syariat Islam. Adapun layanan yang ditawarkan sudah bebas dari unsur israf, risywah, gharar, tadlis, maysir dan riba, serta transaksi dan promosi yang dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah tanpa riba. Selain itu, LinkAja Syariah menawarkan fitur layanan syariah yang unik seperti zakat, infak, wakaf, haji, umroh, investasi syariah, asuransi syariah, serta biaya pendidikan sekolah atau pesantren dan yang

⁸ <https://www.digitalbank.id/fintech/pr-2754286647/linkaja-syariah-raih-pertumbuhan-pendapatan-sampai-lebih-dari-75-dibanding-tahun-lalu>, diakses pada 14 november 2022.

terakhir adalah pinjaman syariah (Linkaja.id, 2022).⁹Sampai pada saat ini fintek syariah sudah memfasilitasi mudahnya transaksi uang kepada masyarakat. Pelayanan syariah linkaja dipercaya bisa memiliki manfaat besar dan tidak memiliki sifat khusus yaitu bermanfaat hanya bagi umat Islam, namun juga kepada masyarakat pada umumnya. Kemudian bisa terjadi percepatan dari pemahaman dari keuangan secara syariah untuk meningkatkan kenyamanan dan tingkat sejahtera dari kehidupan masyarakat (Silahuddin, 2022).

Pengurusan dana pemakai layanan syariah linkaja tergabung pada Bank Syariah. Perluasan dari layanan keuangan digital LinkAja Syariah sangat penting untuk tujuan implementasi rencana perekonomian syariah Indonesia tahun 2019-2024, terutama dalam hal memajukan perekonomian yang digital (LinkAja.id, 2022). LinkAja Syariah melihat peluang untuk dapat dipercayakan oleh masyarakat agar melakukan investasi yang sesuai syariah, simpel, dan menguntungkan. LinkAja Syariah melihat adanya peluang yang dapat dipercaya oleh masyarakat untuk menciptakan investasi yang mudah dan juga sesuai dengan hukum syariah.

Terdapat beberapa bank syariah yang terbesar di Indonesia yaitu bank syariah Indonesia, koperasi syariah seperti BMT UGT Nusantara, dan salah satu organisasi kemasyarakatan muslimah dalam bentuk Muslimat Nahdlatul Ulama (NU) menjadi mitra strategis yang bekerja sama dengan LinkAja Syariah dalam mengakselerasi inklusi keuangan melalui keuangan syariah

⁹ <https://www.linkaja.id/syariah>, diakses pada 17 november 2022.

secara digital. Adapun e-wallet berlandaskan syariah satu-satunya dengan diberikan kepercayaan dari pemerintah dalam memberikan insentif dari prakerja adalah LinkAja Syariah. Dengan adanya strategis kemitraan pada Aplikasi EduMu, LinkAja Syariah saat ini sudah melakukan kerja sama pada PT Hilotech Karya Anak Bangsa serta Majelis Pendidikan Dasar maupun Menengah PP Muhammadiyah serta untuk menawarkan kenyamanan pada transaksi digital syariah melalui penyetoran pada sektor pendidikan. Sejalan pada itu, pertumbuhan dompet digital LinkAja Syariah mengalami peningkatan yang cukup baik pada tahun 2022 sebesar 75% dibandingkan dengan tahun 2021 yang hanya tumbuh 24%, menurut data yang dikumpulkan oleh PT. Fintek Karya Nusantara selama dua tahun terakhir. LinkAja Syariah memiliki 7,5 juta pengguna terdaftar pada Juli 2022 meningkat 24% dibandingkan akhir tahun 2021 (Linkaja.id, 2022)¹⁰.

Dari fenomena-fenomena di atas, dapat disimpulkan bahwa LinkAja Syariah memiliki berbagai macam keunggulan. Namun terdapat kendala yaitu literasi teknologi syariah masih terus menghambat implementasi LinkAja Syariah, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan masyarakat Indonesia dalam mengaplikasikan LinkAja Syariah. Berbeda dengan penelitian Rizaldi (2021) penelitian ini menyelidiki bagaimana penggunaan sistem aplikasi yang lebih khusus berinteraksi dengan e-wallet, yang mengidentifikasi faktor penentu penggunaan e-wallet secara umum.

¹⁰ <https://www.linkaja.id/artikel/linkaja-syariah-raih-penghargaan-internasional-sebagai-layanan-keuangan-digital-terbaik-2022>, diakses pada 17 november 2022.

Pilihan untuk memanfaatkan sistem aplikasi dapat dipengaruhi oleh fitur, layanan, dan kualitas yang dimiliki oleh masing-masing sistem aplikasi (Al-Okaily *et al.*, 2019).

Teori perilaku konsumen atau diketahui sebagai teori penerimaan serta pemakaian teknologi bisa dengan menggunakan TAM atau UTAUT. Literatur mengenai niat adopsi teknologi menyediakan beberapa model terkenal seperti Technology Adoption Model (TAM) (Davis *et al.*, 1989). Diffusion of Innovation Theory (DOI) (Rogers, 2003), Unified Theory of Acceptance and Usage of Technology (UTAUT) (Venkatesh *et al.*, 2003) dan Unified Theory of Acceptance and Usage of Technology 2 (UTAUT2) (Venkatesh *et al.*, 2012). Model-model tersebut kemudian dikombinasikan dengan berbagai konstruk dan telah banyak digunakan untuk meneliti niat adopsi e-wallet. Akan tetapi dalam penelitian ini menggunakan UTAUT-2 dengan alasan UTAUT-2 digunakan untuk meneliti perilaku konsumen terhadap niat menggunakan. Penelitian ini mengkaji niat menggunakan e-wallet berdasarkan model UTAUT-2. Model UTAUT2 merupakan model yang dikembangkan berdasarkan model-model adopsi teknologi lainnya seperti TAM, DOI, dan UTAUT dan telah banyak digunakan untuk mempelajari niat adopsi di berbagai konteks teknologi. Meski model UTAUT2 sudah mempertimbangkan mengenai pengaruh orang-orang yang dekat seperti keluarga terhadap niat adopsi, menarik untuk dikaji apakah interaksi melalui media sosial juga memiliki peran dalam menjelaskan niat adopsi e-wallet. Dengan menggabungkan delapan kualitas terbaik UTAUT-2, teori penerimaan dan

penggunaan teknologi paling lengkap dengan mengembangkan teori-teori perilaku konsumen sebelumnya. UTAUT digunakan untuk memprediksikan niat untuk menggunakan sebuah teknologi informasi dan adopsi sebuah teknologi yang disebabkan dari empat variabel penting yang signifikan, yakni: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, melalui empat variabel pemoderasi (jenis kelamin, pemakaian dengan sukarela, usia, serta pengalaman) yang bisa memberikan penguatan hubungan dari variabel-variabel penting kepada niat perilaku dan niat dalam memakai suatu teknologi (Venkatesh *et al.* 2003).

Berkembangnya suatu teknologi (Venkatesh *et al.*, 2012) dengan suatu perkembangan melalui penambahan tiga variabel penting yakni nilai harga, motivasi hedonis serta kebiasaan. Selain itu juga membuat beberapa modifikasi pada model UTAUT-2 sebelumnya yang dikembangkan melalui tinjauan dan prior UTAUT-2 lama dengan menghapus penggunaan sukarela dari variabel moderasi dan menambahkan tiga variabel utama oleh *unified theory acceptance and use of technology 2* (UTAUT-2) adalah tambahan untuk variabel UTAUT. Konteks konsumen untuk penggunaan sistem teknologi merupakan prinsip utama dari pembuatan UTAUT-2.

Konteks konsumen dalam penggunaan sistem teknologi adalah prinsip utama dari penciptaan UTAUT-2. Sebelumnya para peneliti telah sering menggunakan hipotesis UTAUT-2 untuk menjelaskan mengapa suatu teknologi diadopsi dalam situasi yang berbeda. UTAUT-2 digunakan dalam

penelitian oleh Chresentia & Suharto (2020) dan Patil *et al.*, (2020) yang berfokus pada penerimaan penggunaan dompet elektronik.

Selanjutnya, para peneliti sering menggunakan variabel UTAUT-2 untuk mengukur niat dan keputusan partisipan untuk menggunakan sebuah sistem dalam berbagai konteks. Karakteristik ini memiliki korelasi yang kuat dengan niat perilaku untuk memperoleh atau memanfaatkan teknologi menurut bukti statistik. Studi dari Sleiman *et al.*, (2023) menunjukkan variabel ekspektasi kinerja berpengaruh kepada niat terkait perilaku untuk menggunakan teknologi. Variabel ekspektasi usaha berpengaruh pada niat perilaku dalam memakai teknologi menurut penelitian Tenk *et al.*, (2020). Menurut temuan penelitian Alfansi & Daulay (2021) pengaruh sosial terdapat pengaruh terhadap niat perilaku untuk menerima teknologi memiliki hubungan yang menguntungkan. Temuan penelitian Abu Bakar *et al.*, (2022), Mohd Thas Thaker *et al.*, (2022) dan Upadhyay *et al.*, (2022) masing-masing penelitian ini menunjukkan hubungan yang antara variabel kondisi yang memfasilitasi dan niat perilaku dalam memakai teknologi. Studi dari Widyanto *et al.*, (2020) variabel motivasi hedonis berpengaruh kepada niat perilaku dalam memakai teknologi memiliki hubungan yang positif. Penelitian Hidayat *et al.*, (2020) dan Charles Makanyeza (2018) menunjukkan bahwa ada korelasi antara nilai harga terhadap niat berperilaku untuk menerima teknologi baru. Penelitian Komang (2020) kebiasaan berpengaruh kepada niat perilaku dalam memakai teknologi.

Namun dalam studi dari Mustaqim *et al.*, (2018), Owusu Kwateng *et al.*, (2019) dan menunjukkan variabel ekspektasi kinerja belum berpengaruh

kepada niat konsumen mengadopsi sebuah teknologi. Penelitian Dzulhaida & Giri (2017) ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap niat konsumen dalam mengadopsi sebuah teknologi. Penelitian Wei *et al.*, (2021) dan Chen *et al.*, (2021) tidak didapati pengaruh dari pengaruh sosial kepada niat berperilaku dalam mengadopsi sebuah teknologi. Penelitian Saragih & Rikumahu (2022), menunjukkan tidak berpengaruh positif pada variabel keadaan dengan memfasilitasi kepada niat mengadopsi sebuah teknologi. Penelitian Alfansi & Daulay (2021) memaparkan tidak didapati pengaruh positif dari motivasi hedonis kepada niat berperilaku mengadopsi sebuah teknologi. Penelitian Oliveira *et al.*, (2016) menunjukkan tidak adanya pengaruh yang positif antara nilai harga terhadap niat berperilaku mengadopsi sebuah teknologi. Penelitian Hidayat *et al.*, (2020) menunjukkan tidak adanya pengaruh yang positif pada variabel kebiasaan terhadap niat berperilaku mengadopsi sebuah teknologi.

Menurut Vinerean *et al.*, (2022) generasi milenial disebut juga generasi Y (lahir antara tahun 1980 sampai 1994). Berdasarkan survei DataIndonesia.id menyebutkan bahwa pengguna *e-wallet* lebih banyak digunakan oleh generasi milenial. Pada generasi Z persentase responden yang menggunakan dompet digital sebesar 88%. Persentase responden dari generasi milenial (generasi Z) yang menggunakan dompet digital sebesar 91%. Sementara itu, generasi X menggunakan dompet digital sebesar 90%. Sehingga generasi milenial diharapkan dapat memperkuat antar variabel dependen dengan variabel independen mengadopsi *e-wallet*.

Generasi milenial dapat memperkuat antar variabel dependen karena mereka memiliki karakteristik yang cenderung meneliti produk atau layanan di Internet. Mereka hanya menyukai saluran pemasaran yang logis bagi mereka seperti dari mulut ke mulut, pemasaran konten dan penjualan sosial. Mereka membutuhkan kejujuran dari suatu merek seperti kemampuan sebuah merek untuk memberikan nilai-nilai yang besar karena itu artinya perusahaan memiliki manajemen yang baik. Harga juga menjadi salah satu unsur yang menjadi tolak ukur setiap perusahaan yang mereka butuhkan Chawla & Joshi (2020).

Demikian pula, studi tentang adopsi teknologi yang dilakukan oleh Chawla & Joshi (2020) menunjukkan bahwa pengguna yang lebih muda berperilaku berbeda dibandingkan dengan rekan mereka. Penelitian menunjukkan bahwa usia merupakan variabel demografis penting yang memiliki efek langsung dan moderasi pada BI, adopsi dan penerimaan teknologi Venkatesh *et al.*, (2003) Pengguna yang lebih tua cenderung relatif santai dalam hal penggunaan teknologi untuk melakukan transaksi karena mereka skeptis dengan teknologi tersebut dan lebih mengandalkan transaksi tatap muka. Usia telah diidentifikasi memiliki efek moderasi antara penggunaan teknologi dan persepsi. Kecemasan teknologi tampaknya mempengaruhi tingkat adopsi secara berbeda dengan konsumen yang lebih tua memiliki lebih banyak kecemasan teknologi.

Berdasarkan penelitian terdahulu, penulis berasumsi bahwa teori *unified theory acceptance and use of technology* (UTAUT-2) dengan

mencerminkan variabel pengaruh sosial, ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan yang masih belum stabil dalam niat berperilaku mengadopsi teknologi. Dari uraian diatas maka penelitian ini bermaksud untuk mengkaji dan meneliti berkaitan “Determinan Niat Konsumen dalam Menggunakan Pembayaran LinkAja Syariah Pada E-Commerce”.

B. Rumusan Masalah

Melalui latar belakang permasalahan tersebut, sehingga dalam mengetahui apakah terdapat niat konsumen dalam menggunakan LinkAja Syariah pada *e-commerce*, berikut ini perumusan masalah yang disusun dengan menggunakan pendekatan model UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*):

Apakah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan, berpengaruh kepada niat konsumen dalam menggunakan LinkAja Syariah pada *e-commerce*?

C. Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian

Melalui penjelasan rumusan permasalahan serta latar belakang yang telah dipaparkan, sehingga studi ini memiliki tujuan yakni:

Dalam melakukan analisis ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan berpengaruh kepada niat konsumen untuk memakai LinkAja Syariah pada *e-commerce*.

D. Manfaat Penelitian

Studi ini dilakukan agar bisa memberikan manfaat diantaranya:

a. Manfaat teoritis

Hasil pada studi ini bisa memberikan sumbangsiah membantu pembaca mendapatkan lebih banyak pengetahuan dan pemahaman sehingga dapat memberikan kontribusi pada literatur dan dapat digunakan sebagai referensi lain untuk topik penelitian yang sama tentang penerapan teknologi pada LinkAja Syariah dalam *e-commerce*.

b. Manfaat praktis

Studi ini diekspektasikan bisa menjadi dasar dalam mempertimbangkan untuk pihak yang memiliki korelasi dalam pengevaluasian peningkatan dari kualitas layanan pembayaran digital LinkAja Syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Thesis tersebut terdiri dari lima bab. Bab pertama berisi pendahuluan. Bab itu memaparkan latar belakang studi, kumpulan permasalahan, target serta kemanfaatan dari studi beserta susunan pembahasan. Adapun pemaparan secara detail selanjutnya terdapat pada Bab II pada studi ini.

Bab kedua merupakan dasar-dasar teoritis serta pembangunan hipotesis dibahas dalam bab kedua. Pada bab kedua, penulis menjelaskan dasar-dasar teoritis dari penelitian, tinjauan literatur terkait (penelitian terdahulu), bagaimana hipotesis dibuat, dan teknik penelitian. Dalam kerangka teori, penulis memasukkan pemaparan mengenai berbagai teori dengan berkaitan

pada studi. Dalam tinjauan pustaka, penulis mengkaji berbagai macam studi sebelumnya yang selaras pada model studi. Penulis juga menjelaskan bagaimana struktur dan asumsi penelitian dibuat.

Bab ketiga adalah metode penelitian. Dimana penulis memaparkan beberapa aspek teknik studi, seperti populasi, definisi operasional variabel, sampel, metode pengambilan data, strategi pengolahan data, serta pengujian hipotesis. Bab empat membahas mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan dalam metodologi penelitian, termasuk di dalamnya metodologi, populasi maupun sampel, definisi operasional, instrumen penelitian, serta analisis data pada studi ini.

Bab keempat berisi penjelasan dari pembahasan dan analisis data. Bab IV memaparkan dengan detail dari Analisis deskriptif responden serta temuan studi dari sebuah analisis data yang sudah dilakukan pengujian serta dibahas secara rinci oleh penulis dalam bab ini, disertai dengan justifikasi diterima maupun tidaknya dari hipotesis studi serta pembahasan dari hasil uji studi.

Bab kelima yakni penutup. Bab ini dibagi menjadi beberapa macam: temuan, pengaruh studi, keterbatasan dari studi, serta saran dalam studi lebih lanjut.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang *Unified theory of acceptance and use of technology* pada LinkAja Syariah. Hasil analisis data dan pembahasan, yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel ekspektasi kinerja (X1) tidak berpengaruh terhadap niat konsumen menggunakan LinkAja Syariah.
2. Variabel ekspektasi usaha (X2) berpengaruh terhadap niat konsumen menggunakan LinkAja Syariah.
3. Variabel pengaruh sosial (X3) tidak berpengaruh terhadap niat konsumen menggunakan LinkAja Syariah.
4. Variabel kondisi yang memfasilitasi (X4) berpengaruh terhadap niat konsumen menggunakan LinkAja Syariah.
5. Variabel motivasi hedonis (X5) tidak berpengaruh terhadap niat Konsumen menggunakan LinkAja Syariah.
6. Variabel nilai harga (X6) berpengaruh terhadap niat konsumen menggunakan LinkAja Syariah.
7. Variabel kebiasaan (X7) berpengaruh terhadap niat konsumen menggunakan LinkAja Syariah.

B. Implikasi

Implikasi dari hasil penelitian ini khususnya berkaitan dengan link aja Syariah menunjukkan bahwa ekspektasi usaha, nilai harga, kebiasaan, berpengaruh terhadap niat menggunakan LinkAja Syariah.

Peneliti menyadari penelitian ini memiliki banyak keterbatasan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperbaiki kekurangan yang ada dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat menjadi lebih baik. Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya; *pertama*, Responden penelitian hanya difokuskan pada pengguna layanan LinkAja Syariah. *Kedua*, konstruk yang digunakan dalam penelitian belum mampu menjelaskan pengaruh secara keseluruhan dan dipengaruhi oleh variabel diluar model yang digunakan dalam penelitian. *Ketiga*, Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terbilang kurang terdistribusi maksimal dalam menggeneralisasikan hasil penelitian.

Berdasarkan keterbatasan yang ada pada penelitian, maka penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian pada seluruh LinkAja Syariah yang ada di Indonesia, Perlunya menambah sampel yang lebih besar sehingga memperoleh hasil penelitian yang cukup besar dalam menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat menggunakan LinkAja Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Dwi Prabantini (ed.)). Andi Offset.
- Abdullah, S. M. (2019). Social Cognitive Theory : A Bandura Thought Review published in 1982-2012. *Psikodimensia*, 18(1), 85.
<https://doi.org/10.24167/psidim.v18i1.1708>
- Abrahão, R. de S., Moriguchi, S. N., & Andrade, D. F. (2016). Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(3), 221–230.
<https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.06.003>
- Abraham Sleiman, K. A., Juanli, L., Lei, H. Z., Rong, W., Yubo, W., Li, S., Cheng, J., & Amin, F. (2023). Factors that impacted mobile-payment adoption in China during the COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 9(5), e16197.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16197>
- Abu Bakar, A. R., Wan Muhd Rahimi, W. N. A., Adilah Tarmazi, S. A., & Azwa Fudzali, F. (2022). Malaysian Intention to Use e-Wallet: Forthcoming Expectation in Cashless Transactions. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 7(6), e001537.
<https://doi.org/10.47405/mjssh.v7i6.1537>
- Al-Azawei, A., & Aloyayr, A. (2020). Predicting the intention to use and hedonic motivation for mobile learning: A comparative study in two Middle Eastern countries. *Technology in Society*, 62, 101325.
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101325>
- Al-Okaily, M., Abd Rahman, M. S., & Ali, A. (2019). Factors Affecting the Acceptance of Mobile Payment Systems in Jordan: the Moderating Role of Trust. *Journal of Information System and Technology Management*, 4(15), 16–26. <https://doi.org/10.35631/jistm.415002>
- Al-Saedi, K., Al-Emran, M., Ramayah, T., & Abusham, E. (2020). Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption. *Technology in Society*, 62(June), 101293. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101293>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Algharabat, R. (2018). Examining factors influencing Jordanian customers' intentions and adoption of internet banking: Extending UTAUT2 with risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 125–138. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.08.026>
- Alam, N., Gupta, L., & Zamani, A. (2019). Digitalization and Disruption in the Financial Sector. In *Fintech and Islamic Finance*.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-24666-2_1
- Alfansi, L., & Daulay, M. Y. I. (2021). Factor affecting the use of e-money in

- millennial generation: Research model UTAUT 2. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 14(1), 109–122. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v14i1.8212>
- Alkhowaiter, W. A. (2022). Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(4), 100240. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100240>
- Almunawar, M. N., Anshari, M., & Ariff Lim, S. (2020). Customer acceptance of ride-hailing in Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 12(3), 443–462. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-09-2019-0082>
- 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>
- Anthony Christopher, D., & David Victor, H. (1997). *Bootstrap Methods and their Application*. Cambridge University Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CBO9780511802843>
- Anugrah, M. dwi, & Ompusunggu, H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Penggunaan E-Money Melalui Aplikasi Pembayaran Berbasis Digital Menggunakan Model Utaut. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 47–56. <https://doi.org/10.31849/jieb.v18i1.5465>
- Arain, A. A., Hussain, Z., Rizvi, W. H., & Vighio, M. S. (2019). Extending UTAUT2 toward acceptance of mobile learning in the context of higher education. *Universal Access in the Information Society*, 18(3), 659–673. <https://doi.org/10.1007/s10209-019-00685-8>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, cet. ke-15*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azhar, J. A., Nada Cantika Putri Kadua, & Rizki Dwi Safitri. (2023). Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Investasi Berbasis ESG (Environmental, Social, and Governance) di Jakarta Islamic Index. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 2(1), 77–94. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2023.0201-06>
- Baishya, K., & Samalia, H. V. (2020). Extending unified theory of acceptance and use of technology with perceived monetary value for smartphone adoption at the bottom of the pyramid. *International Journal of Information Management*, 51(September 2018), 102036. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.11.004>
- Bommer, W. H., Rana, S., & Milevoj, E. (2022). A meta-analysis of eWallet adoption using the UTAUT model. *International Journal of Bank Marketing*, 40(4), 791–819. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2021-0258>
- Charles Makanyeza, S. M. (2018). Consumers' acceptance and use of plastic money in Harare, Zimbabwe: application of the unified theory of acceptance

- and use of technology 2. *International Journal of Bank Marketing*, 34(1), 1–5. <https://doi.org/doi.org/10.1108/IJBM-03-2017-0044>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2020). The moderating role of gender and age in the adoption of mobile wallet. *Foresight*, 22(4), 483–504. <https://doi.org/10.1108/FS-11-2019-0094>
- Chen, L., Rashidin, M. S., Song, F., Wang, Y., Javed, S., & Wang, J. (2021). Determinants of Consumer's Purchase Intention on Fresh E-Commerce Platform: Perspective of UTAUT Model. *SAGE Open*, 11(2). <https://doi.org/10.1177/21582440211027875>
- Chresientia, S., & Suharto, Y. (2020). Assessing Consumer Adoption Model On E-Wallet: An Extended UTAUT2 Approach. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 4(06), 232–244.
- 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). *Davis1989 (1).Pdf. July 2018*.
- de Blanes Sebastián, M. G., Antonovica, A., & Sarmiento Guede, J. R. (2023). What are the leading factors for using Spanish peer-to-peer mobile payment platform Bizum? The applied analysis of the UTAUT2 model. *Technological Forecasting and Social Change*, 187(December 2022). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122235>
- de Luna, I. R., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting and Social Change*, 146(August), 931–944. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.018>
- digitalbank.id. (2022). *digitalbank.id*. <https://www.digitalbank.id/fintech/pr-2754286647/linkaja-syariah-raih-pertumbuhan-pendapatan-sampai-lebih-dari-75-dibanding-tahun-lalu>
- dsnmui.or.id. (2022). *dsnmui.or.id*. <https://dsnmui.or.id/kategori/fatwa/page/4/>
- Dzulhaida, R., & Giri, R. R. W. (2017). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (Utaut 2). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 15(2), 155–166. <https://doi.org/10.34010/miu.v15i2.555>
- economysea. (2020). *EconomySea*.
- Efron, B., & Tibshirani, R. J. (1998). *Introduction to the Bootstrap*. Chapman & Hall.
- Erjavec, J., & Manfreda, A. (2022). Online shopping adoption during COVID-19

- and social isolation: Extending the UTAUT model with herd behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65(November 2021), 102867. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102867>
- Ghozali, I. (2006). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)* (Printing 1).
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, H., Sinaga, B. L., & Sigit Purnomo, W. P. (2019). Assessment of the readiness of micro, small and medium enterprises in using E-money using the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) method. *Procedia Computer Science*, 161, 316–323. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.129>
- Hair, J., Anderson, R., Babin, B., & Black, W. (2010). Multivariate Data Analysis. In *Australia : Cengage*.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414–433. <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0261-6>
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, 9(3), 239–247.
- Irwan, & Adam, K. (2015). Metode Partial Least Square (PLS) dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Jurnal Teknosains*, 9(1), 53–68.
- Justino, Charisma, A., Asnawi, N., Uin,), Malik, M., & Malang, I. (2021). Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang MEMPREDIKSI NIAT PERILAKU TERHADAP E-WALLET. *Perbankan Syariah*, 2, 116–136.
- Karjaluoto, H., Shaikh, A. A., Leppäniemi, M., & Luomala, R. (2020). Examining consumers' usage intention of contactless payment systems. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 332–351. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2019-0155>
- Kaur, S., & Arora, S. (2021). Role of perceived risk in online banking and its impact on behavioral intention: trust as a moderator. *Journal of Asia Business Studies*, 15(1), 1–30. <https://doi.org/10.1108/JABS-08-2019-0252>
- Latief, F., Dirwan, & Idris, M. (2021). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay. *JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan*

Akuntansi, 5(3), 157–166.

- Li, Y. Z., He, T. L., Song, Y. R., Yang, Z., & Zhou, R. T. (2018). Factors impacting donors' intention to donate to charitable crowd-funding projects in China: a UTAUT-based model. *Information Communication and Society*, 21(3), 404–415. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1282530>
- Lim, F.-W., Ahmad, F., Nizam, A., & Talib, B. A. (2019). Behavioural intention towards using electronic wallet: a conceptual framework in the light of the unified theory of acceptance and use of technology (utaut). *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR) Peer Reviewed-International Journal*, 5(1), 79–86.
- Lin, W. R., Lin, C. Y., & Ding, Y. H. (2020). Factors affecting the behavioral intention to adopt mobile payment: An empirical study in Taiwan. *Mathematics*, 8(10), 1–19. <https://doi.org/10.3390/math8101851>
- Linkaja.id. (2022). *linkaja.id*. <https://www.linkaja.id/artikel/linkaja-syariah-raih-penghargaan-internasional-sebagai-layanan-keuangan-digital-terbaik-2022>
- Lu, M. P., & Kosim, Z. (2022). An empirical study to explore the influence of the COVID-19 crisis on consumers' behaviour towards cashless payment in Malaysia. *Journal of Financial Services Marketing, Becker 1974*. <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00182-9>
- Mardiana, N., & Faqih, A. (2019). Model Sem-Pls Terbaik Untuk Evaluasi Pembelajaran Matematika Diskrit Dengan Lms. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 13(3), 157–170. <https://doi.org/10.30598/barekengvol13iss3pp157-170ar898>
- Marpaung, F. K., Dewi, R. S., Grace, E., Sudirman, A., & Sugiat, M. (2021). Behavioral Stimulus for Using Bank Mestika Mobile Banking Services: UTAUT2 Model Perspective. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(2), 61–72. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v1i2.68>
- Mohd Thas Thaker, H., Subramaniam, N. R., Qoyum, A., & Iqbal Hussain, H. (2022). Cashless society, e-wallets and continuous adoption. *International Journal of Finance and Economics, December 2020*, 1–21. <https://doi.org/10.1002/ijfe.2596>
- Morosan, C., & DeFranco, A. (2016). It's about time: Revisiting UTAUT2 to examine consumers' intentions to use NFC mobile payments in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 53, 17–29. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.11.003>
- Muhammad Ananda Rizaldi. (2021). Faktor Determinasi Minat Penggunaan Layanan Linkaja Syariah Pada Masyarakat Jabodetabek. *Journal of Sharia Economics*, 2(2), 120–140. <https://doi.org/10.22373/jose.v2i2.1307>
- Muhammad Taufik Hidayat, Qurrotul Aini, & Elvi Fetrina. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional*

Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi, 9(3), 239–247.
<https://doi.org/10.22146/.v9i3.227>

- Mustaqim, R., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ Menggunakan Model UTAUT (Unified Theory Acceptance and Use Of Technology). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(7), 2584–2593. <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/1653/608>
- Musyaffi, A. M., Sari, D. A. P., & Respati, D. K. (2021). Understanding of Digital Payment Usage During COVID-19 Pandemic: A Study of UTAUT Extension Model in Indonesia. *Journal of Asian Finance*, 8(6), 475–482. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.0475>
- Nair, P. S., Shiva, A., Yadav, N., & Tandon, P. (2022). Determinants of mobile apps adoption by retail investors for online trading in emerging financial markets. *Benchmarking*. <https://doi.org/10.1108/BIJ-01-2022-0019>
- Ni Komang Risma Dwindu Putri, I. M. S. S. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-JA e-Jurnal Akuntansi e-ISSN 2302-8556*, Vol. 30(2), 540–555. doi: <https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i02.p20%0A232.348.971>
- Nisa, M., Sudarno, S., & Sugito, S. (2021). Moderating Structural Equation Modeling Dengan Partial Least Square Pada Pemodelan Penerimaan Dan Penggunaan Dompot Digital Di Kota Semarang. *Jurnal Gaussian*, 10(1), 66–75. <https://doi.org/10.14710/j.gauss.v10i1.30044>
- Nopalia, N. D. S. (2020). The Study of Accepting Electronic Money Technology in Lubuklinggau Society. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 11(1), 25–35.
- Nopiani, N. K. R., & Putra, I. M. P. D. (2021). Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(10), 2569. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i10.p13>
- Noviatun, I., & Riptiono, S. (2021). Menguji Intention to Use E-Wallet OVO Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(1), 193–201. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i1.777>
- Noviyanti, R., & Nurhasanah, . (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Kompetensi Nelayan Di Teluk Banten: Menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modelling (Pls-Sem). *Marine Fisheries : Journal of Marine Fisheries Technology and Management*, 10(1), 33–44. <https://doi.org/10.29244/jmf.10.1.33-44>
- Nugraha, S., & Nuraeni, D. (2021). Peran Teknologi Internet Dalam E-Commerce. *Journal Civics & Social Studies*, 5(2), 181–191. <https://doi.org/10.31980/civicos.v5i2.1474>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment:

- Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61(2016), 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Owusu Kwateng, K., Osei Atiemo, K. A., & Appiah, C. (2019). Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 118–151. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2018-0055>
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54(February), 102144. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>
- Penney, E. K., Agyei, J., Boadi, E. K., Abrokwah, E., & Ofori-Boafo, R. (2021). Understanding Factors That Influence Consumer Intention to Use Mobile Money Services: An Application of UTAUT2 With Perceived Risk and Trust. *SAGE Open*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/21582440211023188>
- Pinigas, M., Cleopas, R., & Phiri, M. A. (2018). Acceptance of E-Resources by Students in Zimbabwe State Universities' Libraries: A Consumer Behavior Perspective. *International Information and Library Review*, 50(3), 181–193. <https://doi.org/10.1080/10572317.2017.1387443>
- Rahardjo, B., Akbar, B. M. B., & Novitaningtyas, I. (2020). The Analysis of Intention and Use of Financial Technology. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 3(1), 88–102. <https://doi.org/10.33005/jasf.v3i1.70>
- Raza, S. A., Qazi, W., Khan, K. A., & Salam, J. (2021). Social Isolation and Acceptance of the Learning Management System (LMS) in the time of COVID-19 Pandemic: An Expansion of the UTAUT Model. *Journal of Educational Computing Research*, 59(2), 183–208. <https://doi.org/10.1177/0735633120960421>
- Revathy, C., & Balaji, P. (2020). Determinants of behavioural intention on e-wallet usage: an empirical examination in amid COVID-19 lockdown period. *International Journal of Management (IJM)*, 11(6), 92–104. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.6.2020.008>
- Rosnidah, I., Muna, A., Musyaffi, A. M., & Siregar, N. F. (2019). *Critical Factor of Mobile Payment Acceptance in Millennial Generation: Study on the UTAUT model*. 306, 123–127. <https://doi.org/10.2991/isseh-18.2019.30>
- Santosa, A. D., Taufik, N., Prabowo, F. H. E., & Rahmawati, M. (2021). Continuance intention of baby boomer and X generation as new users of digital payment during COVID-19 pandemic using UTAUT2. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(4), 259–273. <https://doi.org/10.1057/s41264-021-00104-1>
- Saputra, B., & Riza, A. F. (2023). Adopsi Payment Gateway Syariah: Peran Pengetahuan Riba Sebagai Moderasi. *Journal of Business Management and*

- Islamic Banking*, 2(1), 01–16. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2023.021-01>
- Saragih, Y. W., & Rikumahu, B. (2022). Analisis Faktor Adopsi E-wallet GOPAY, OVO, DAN DANA Dengan Model Utaut2 Pada Masyarakat Jawa Barat. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 11(1), 1–24.
- SARI, S. (2019). Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(2), 30–42. <https://doi.org/10.37676/profesional.v6i2.943>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach Seventh Edition*. John Wiley & Sons.
- Shaury, S. (2019). Analisis Positioning E-Wallet Berdasarkan Perceptual Mapping. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 3(1), 187. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v3i1.531>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS Dengan Warppls Untuk Hubungan Non Linier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Silahuddin*, Maslichah**, J. (2022). Determinan Minat Masyarakat Menggunakan Layanan Syariah Link Aja. *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal*, 6(August), 128.
- Sivathanu, B. (2019). Adoption of digital payment systems in the era of demonetization in India: An empirical study. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143–171. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2017-0033>
- 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>
- Srivastava, C., Mahendar, G., & Vandana, V. (2021). Adoption of contactless payments during COVID-19 pandemic –An integration of Protection Motivation Theory (PMT) and Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Academy of Marketing Studies Journal*, 25(1), 2678. <https://search.proquest.com/openview/caf951e06e5ad3d64b4e3bcb0a10ebb8/1?pq-origsite=gscholar&cbl=38744>
- Sudiantini, D., & Saputra, F. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan: Kepuasan Kerja, Loyalitas Pegawai dan Komitmen di PT Lensa Potret Mandiri. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 1(3), 467–478.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tarhini, A., Alalwan, A. A., Shammout, A. B., & Al-Badi, A. (2019). An analysis of the factors affecting mobile commerce adoption in developing countries: Towards an integrated model. *Review of International Business and Strategy*, 29(3), 157–179. <https://doi.org/10.1108/RIBS-10-2018-0092>

- Tenk, T. T., M., Yew, H. C., & Heang, L. T. (2020). International Journal of Research in Commerce and Management Studies. *International Journal of Research in Commerce and Management Studies*, 2(2), 216–233.
- Tiara Imani, A., & Herlanto Anggono, A. (2020). Factors Influencing Customers Acceptance of Using the QR Code Feature in Offline Merchants for Generation Z in Bandung (Extended UTAUT2). *KnE Social Sciences*, 2020, 1174–1201. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i6.6670>
- Upadhyay, N., Upadhyay, S., Abed, S. S., & Dwivedia, Y. K. (2022). Consumer adoption of mobile payment services during COVID-19 : Extending meta-UTAUT with perceived severity and self-efficacy Nitin Upadhyay [Corresponding author] Chairperson Integrated Program in Management IT Systems and Analytics Indian Institute of. *International Journal of Bank Marketing.*, 1–47.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Vinerean, S., Budac, C., Baltador, L. A., & Dabija, D. C. (2022). Assessing the Effects of the COVID-19 Pandemic on M-Commerce Adoption: An Adapted UTAUT2 Approach. *Electronics (Switzerland)*, 11(8). <https://doi.org/10.3390/electronics11081269>
- Wang, H., Tao, D., Yu, N., & Qu, X. (2020). Understanding consumer acceptance of healthcare wearable devices: An integrated model of UTAUT and TTF. *International Journal of Medical Informatics*, 139. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2020.104156>
- Wei, M. F., Luh, Y. H., Huang, Y. H., & Chang, Y. C. (2021). Young generation's mobile payment adoption behavior: Analysis based on an extended utaut model. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(4), 1–20. <https://doi.org/10.3390/jtaer16040037>
- Wei, M., Luh, Y., & Chang, Y. H. Y. (2021). *Perilaku Adopsi Pembayaran Seluler Generasi Muda : Analisis Berdasarkan Model UTAUT yang Diperluas.* 618–637.
- Widyanto, H. A., Kusumawardani, K. A., & Septyawanda, A. (2020). Encouraging Behavioral Intention To Use Mobile Payment: an Extension of Utaut2. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 87.

<https://doi.org/10.24912/jmie.v4i1.7584>

Zhao, Y., & Bacao, F. (2021). How does the pandemic facilitate mobile payment? An investigation on users' perspective under the COVID-19 pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(3), 1–22. <https://doi.org/10.3390/ijerph18031016>

