

**PENGARUH PERSEPSI NILAI, RELIGIOSITAS, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *CENTRAL BANK DIGITAL
CURRENCY* (CBDC)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA SEBAGAI SALAH SATU SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA/STRATA 1 DALAM ILMU
EKONOMI ISLAM**

**DISUSUN OLEH:
TAHTA AUNI AKBAR
19108030055**

DOSEN PEMBIMBING:

**RIZALDI YUFIARTO, S.Pd., M.M.
NIP.19901122 2015032003**

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

2023

PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-178/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2024

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PERSEPSI NILAI, RELIGIOSITAS, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *CENTRAL BANK DIGITAL CURRENCY* (CBDC)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : TAHTA AUNI AKBAR
Nomor Induk Mahasiswa : 19108030055
Telah diujikan pada : Senin, 15 Januari 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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: 65b07d347d267



Penguji I

Sunarsih, S.E., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 65afe94b2232a



Penguji II

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

Valid ID: 65afeb1312d2c2



Yogyakarta, 15 Januari 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Valid ID: 65b1f0557a807

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudara Tahta Auni Akbar

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Tahta Auni Akbar
NIM : 19108030055
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Nilai, Religiositas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Central Bank Digital Currency* (CBDC)

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.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara dapat segera disidangkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 21 Januari 2024
Pembimbing


Rizaldi Yusufarto, S.Pd., M.M
NIP. 19901122 2015032003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Tahta Auni Akbar

NIM : 19108030055

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Nilai Persepsi, Religiositas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Central Bank Digital Currency (CBDC)*” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri bukan duplikasi ataupun tiruan dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *bodynote* dan daftar pustaka. Dan apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 19 Januari 2024
Penyusun



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Tahta Auni Akbar
NIM. 19108030055

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS

AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS

AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tahta Auni Akbar
NIM : 19108030055
Jurusan/Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Persepsi Nilai, Religiositas, dan Kepercayaan terhadap Minat menggunakan Central Bank Digital Currency (CBDC)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak untuk menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/penyusun dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Yogyakarta
Pada tanggal 19 Januari 2023

Yang Menyatakan,



Tahta Auni Akbar
NIM. 19108030055

HALAMAN MOTTO




“Jangan lupa sholat😊😊😊”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN



**Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, Bapak
Muhammad Taufik dan Mama Nur Aliyah
Do'a dan harapan saya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Kasih
Sayang-Nya, Nikmat-Nya serta Keselamatan Dunia Akhirat kepada mereka.
Aamiin Yaa Rabbal'alamiin**



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

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

A. Konsonan Tunggal

<i>Huruf Arab</i>	<i>Nama</i>	<i>Huruf Latin</i>	<i>Keterangan</i>
ا	Alīf	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	ša'	Ṣ	S (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Hâ'	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha'	Kh	K dan h
د	Dāl	D	De
ذ	Ẓāl	Ẓ	Z (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Za'	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan ye
ص	Sâd	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dâd	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Tâ'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zâ'	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Aīn	'	Koma terbalik ke atas
غ	Gaīn	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef

ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	‘el
م	Mīm	M	‘em
ن	Nūn	N	‘en
و	Wāwu	W	W
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis Rangkap

ذَّة مَتَّعِدٍ	Ditulis	<i>Muta’addidah</i>
عِدَّة	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.

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جِزْيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-auliā’</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

---ُُُ---	Fathah	Ditulis	A
---ِِِ---	Kasrah	Ditulis	I
---َََ---	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2. Fathah + yā' mati	Ditulis	ā
تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	Ditulis	ī
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4. Dammah + wāwu mati	Ditulis	ū
فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	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 yang dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لعن 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>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Nilai, Religiositas, dan Kepercayaan terhadap Minat menggunakan *Central Bank Digital Currency (CBDC)*”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita harapkan syafaatnya di hari akhir nanti.

Penyusun menyadari bahwa tugas akhir ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, nasehat, serta motivasi dari berbagai pihak. Penyusun sangat berterimakasih kepada berbagai pihak yang telah kebersamai dan memberikan dukungan baik berupa moral, materiil, ataupun spiritual selama pengerjaan tugas akhir ini. Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penyusun ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Al Makin, MA. Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. H. M. Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag. selaku ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah.


4. Ibu Muhfiatun, S.E.I., M.E.I. selaku Dosen Penasihat Akademik yang selalu memberikan bimbingan dan motivasi selama perkuliahan dan penyusunan tugas akhir ini.
5. Bapak Rizaldi Yusfiarto, S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa memberikan arahan, nasihat, masukan, saran, dan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama perkuliahan.
7. Seluruh pegawai dan staf tata usaha program studi maupun Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Orang tua tercinta Bapak Drs. Muhammad Taufik dan Ibu Nur Aliyah S.Ag. yang selalu memberikan bimbingan, dorongan, serta doa yang tiada hentinya beliau panjatkan atas kehadiran Allah SWT, serta dalam perjuangan saya menimba pendidikan.
9. Saudara tersayang saya, Elma Fikri Fauaz S.Psi., Mutiara Nazih Ramadhani, dan Muhammad Wafiq Fida'I, yang senantiasa menghibur, memotivasi, serta berdiskusi kecil dalam hal apapun.
10. Penyemangat saya, Fahra yang selalu mendampingi saya disaat proses penyusunan skripsi ini.

11. Teman-teman saya 9 naga dan juga angkringan klebengan yang selalu menyenangkan di setiap harinya.
12. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen Keuangan Syariah 2019 yang bersama-sama saling memotivasi baik selama perkuliahan maupun saat menyelesaikan skripsi.
13. Serta kepada seluruh pihak-pihak lainnya yang telah memberikan dukungan, do'a, dan juga membantu penyusun dalam menyelesaikan tulisan ini yang tidak bisa penyusun sebutkan namanya satu-persatu. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan dan menjadikan amal sholat atas kebaikan selama ini.

Akhir kata, Penulis memohon maaf apabila banyak terdapat kesalahan dan kekhilafan dalam penulisan skripsi ini dan penulis berharap semoga skripsi ini menjadi bahan bacaan yang bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 20 Desember 2023

Penulis



Tahta Auni Akbar
NIM. 19108030055

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I	1
Pendahuluan	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan masalah	8
C. Tujuan penelitian	8
D. Manfaat penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II	11
Landasan Teori dan Kajian Pustaka	11
A. Landasan teori	11
B. Kajian Pustaka	27
C. Pengembangan Hipotesis	31
D. Kerangka Teoritis	34
BAB III	35
Metode Penelitian	35

A. Jenis Penelitian	35
B. Populasi dan Sampel	35
C. Jenis dan Sumber Data	35
D. Definisi Operasional Variabel	36
E. Analisis dan Pengujian Hipotesis	39
BAB IV	45
Hasil dan Pembahasan	45
A. Deskripsi Karakteristik Responden	45
B. Tes Instrumen	50
C. Uji Asumsi Klasik	53
D. Uji Hipotesis	55
E. Pembahasan	61
BAB V	65
Penutup	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
Daftar Pustaka	67
Lampiran	72
Curriculum Vitae	114

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	36
Tabel 3.2 Definisi Variabel	38
Tabel 4.1 Uji Validitas	50
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.3 Uji Kolmogrov-Smirnov	53
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.5 Analisis regresi linear berganda	55
Tabel 4.6 Uji T	58
Tabel 4.7 Hasil Uji F	59
Tabel 4.8 Hasil Uji R ²	60



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase bisnis fintech di Indonesia	2
Gambar 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	45
Gambar 4.2 karakteristik responden menurut usia responden.....	46
Gambar 4.3 karakteristik responden berdasarkan pendidikan yang ditempuh	46
Gambar 4.4 karakteristik responden berdasarkan domisili	47
Gambar 4.5 karakteristik responden berdasarkan pendapatan	48
Gambar 4.6 karakteristik responden berdasarkan pengalaman dalam menggunakan e-payment	48
Gambar 4.7 karakteristik responden berdasarkan frekuensi dalam transaksi.....	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pernyataan Kuesioner	72
Lampiran 2 Hasil Pengisian Kuesioner	78
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	83
Lampiran 4 Uji Normalitas.....	108
Lampiran 5 Uji Multikolinearitas	109
Lampiran 6 Uji Hipotesis (Regresi Linear Berganda).....	110
Lampiran 7 Uji F	111
Lampiran 8 Uji R ²	112
Lampiran 9 Uji T	113



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi nilai, religiusitas, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *Central Bank Digital Currency* (CBDC). Pemilihan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang menghasilkan sampel sejumlah 100 responden yang berdomisili Daerah Istimewa Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data primer diperoleh melalui kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Data panel yang diuji menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nilai dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan CBDC, sedangkan religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan CBDC

Kata Kunci: Persepsi Nilai, Religiusitas, Kepercayaan, Minat, CBDC.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Perceived Value, Religiosity, and Trust on Interest in using Central Bank Digital Currency (CBDC). The sample selection of this study used the purposive sampling method which resulted in a sample of 100 respondents domiciled in the Special Region of Yogyakarta. This type of research is quantitative research. Primary data were obtained through questionnaires and the analysis method used was multiple linear regression. Panel data tested using SPSS. The results showed that Perceived Value and Trust had a positive and significant effect on interest in using CBDC, while Religiosity had a significant negative effect on interest in using CBDC.

Keywords: *Perceived Value, Religiosity, Trust, Interest, CBDC*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

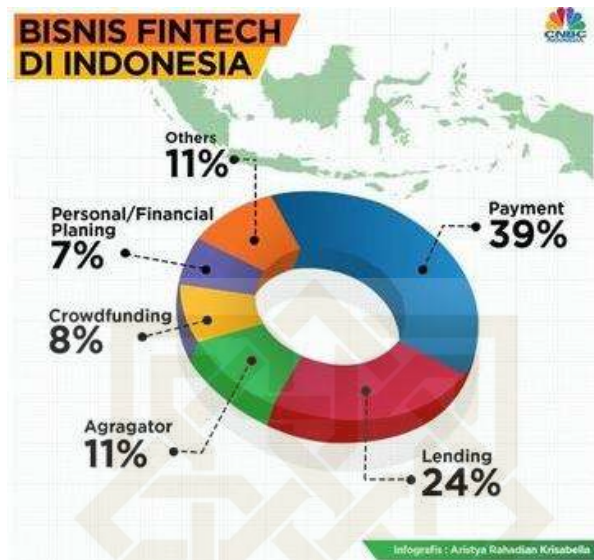
BAB I

Pendahuluan

A. Latar belakang

Financial Technology telah memasuki banyak sektor kehidupan, termasuk industri, perdagangan, perbankan, dan pendidikan. Dengan teknologi yang semakin canggih, fintech memungkinkan transformasi digital di semua sektor ini. *Financial Technology* adalah salah satu pendorong utama era ekonomi digital. Ini memungkinkan perusahaan dan individu untuk melakukan transaksi keuangan secara elektronik, termasuk pembayaran *online*, transfer uang, dan investasi melalui platform digital. Banyak startup digital muncul dalam beberapa tahun terakhir untuk memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh fintech. Mereka menawarkan berbagai layanan dan produk yang inovatif, seperti aplikasi untuk belanja online, layanan ride-sharing, aplikasi pengiriman makanan, serta platform pinjaman uang dan investasi.

Salah satu keunggulan utama *fintech* adalah kemudahan akses yang ditawarkannya kepada masyarakat. Ini memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi dan mengelola keuangan mereka dengan lebih mudah dan cepat. Selain itu, fintech juga dapat meningkatkan efisiensi dalam proses bisnis dan perbankan. *Financial Technology* juga telah mengubah cara orang berinvestasi. Platform fintech memungkinkan individu untuk berinvestasi dalam berbagai aset, seperti saham, obligasi, dan mata uang kripto dengan lebih mudah dan lebih terjangkau dibandingkan dengan metode tradisional (Pambudi, 2019).



Gambar 1.1 Persentase bisnis fintech di Indonesia

Sektor keuangan berperan penting pada perekonomian dan akan terus berkembang seiring dengan kebutuhan masyarakat yang terus meningkat (Harahap, dkk., 2017). Setelah pandemi, terjadi perubahan pola konsumsi masyarakat yang awalnya tatap muka menjadi serba *online*. Hal tersebut didukung pula oleh kemajuan teknologi digitalisasi. Kemajuan teknologi menciptakan efisiensi dan efektivitas bagi masyarakat untuk mencapai kebutuhan atau tujuan tertentu. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang difasilitasi oleh kemajuan teknologi digitalisasi mendorong sektor keuangan untuk berlomba-lomba melakukan inovasi guna memenuhi kebutuhan masyarakat (Sirojudin, 2021).

Layanan keuangan digital telah membantu mengatasi hambatan geografis dan infrastruktur yang sebelumnya membatasi akses masyarakat terhadap layanan keuangan. Dengan adanya layanan keuangan digital, seseorang di daerah terpencil dapat mengakses layanan perbankan dan pembayaran elektronik dengan mudah

melalui perangkat seluler (Carney, 2016). Perubahan ke era ekonomi keuangan digital ini ditandai dengan meningkatnya permintaan masyarakat dengan sistem pembayaran nontunai yang lebih efisien dan terjangkau (Ashworth dan Goodhart, 2020).

Terdapat beberapa aturan dalam mengatur bagaimana transaksi harus dilakukan, terutama untuk memastikan keadilan, transparansi, dan keamanan. Contohnya, hukum kontrak dan peraturan perpajakan. Sistem transaksi saat ini sangat bergantung pada teknologi informasi dan komunikasi. Platform online, jaringan komputer, dan perangkat lunak yang canggih memungkinkan transaksi untuk dilakukan dalam waktu nyaris instan dan dengan akurasi tinggi (Bank Indonesia, 2020).

Keterampilan dalam sektor keuangan yang diartikan dengan istilah *financial technology (fintech)*. Salah satu jenis *financial technology* yaitu *blockchain*. Menurut Dorfleitner et al. (2017), *blockchain* dan *cryptocurrency* termasuk dalam segmen pembayaran (*payments*), yaitu *fintech* yang menawarkan mata uang virtual (*cryptocurrency*) sebagai alternatif dari uang fiat biasa, seperti cara pembayaran legal yang dimungkinkan untuk menyimpan, menggunakan, dan menukar kripto (Harahap, dkk., 2017). *Blockchain* merupakan cikal bakal berkembangnya konsep mata uang digital, atau yang disebut dengan *digital currency* (Robbi, dkk., 2017). Secara konseptual, mata uang digital dapat memperluas penyediaan cadangan, yang sampai sekarang hanya bisa diakses oleh lembaga keuangan tertentu, kepada umum. Seperti penjelasan oleh BIS (2015), mata uang digital adalah harta yang kegunaan dan fungsinya sama dengan mata uang kertas ataupun koin tetapi tersimpan dalam

elektronik. Sampai saat ini, satu-satunya bentuk mata uang digital dalam sirkulasi luas adalah mata uang virtual yang diciptakan oleh pihak swasta.

Di Indonesia, Bank Indonesia sedang mengkaji pengembangan Rupiah Digital atau yang disebut dengan *Central Bank Digital Currency* (CBDC). Meskipun konsep *central bank digital currency* (CBDC) masih bersifat teoretis, temuan teknologi baru seperti *distributed ledger technology* (DLT) meningkatkan kemungkinan untuk dapat menerapkan CBDC dalam masyarakat. Scorer (2017) menjelaskan bahwa sama seperti mata uang kertas dan koin, CBDC akan ditetapkan secara nominal, dapat diakses secara universal, dan berlaku sebagai *legal tender* untuk semua transaksi publik dan pribadi. Efeknya, CBDC menjadi berbeda dari mata uang virtual yang diciptakan oleh entitas swasta seperti bitcoin, ethereum, atau ripple yang harga pasarnya telah berfluktuasi tajam dalam beberapa tahun terakhir (Harahap, dkk., 2017).

Konsep CBDC merupakan konsep yang baru bagi masyarakat Indonesia. Dalam rangka mendapatkan konsumen yang loyal, bank sentral perlu menerapkan pemasaran yang efektif guna memahami kebutuhan mendasar dan persepsi nilai dari segmen pengguna yang spesifik. Pasalnya, masyarakat yang tidak memiliki pengalaman dalam menggunakan CBDC dapat mengalami kesulitan dalam memahami nilai produk tersebut. Bank sentral perlu memahami bagaimana layanan atau produk dapat memberikan nilai pada keseharian masyarakat dengan tujuan untuk mengadopsi layanan atau produk tersebut (Kaasinen, 2005). Oleh karena itu, persepsi nilai pada masyarakat memegang peran penting dalam mengajak masyarakat untuk menggunakan layanan (Pura, 2005).

Dalam mengantisipasi perubahan kebutuhan konsumen, produsen perlu berfokus pada riset pasar, mendengarkan umpan balik konsumen, dan terus mengamati tren yang berkembang. Fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi menjadi kunci untuk tetap berhasil dalam pasar yang selalu berubah. Perilaku konsumen cenderung berubah seiring dengan perkembangan zaman, perubahan tren, teknologi, dan lingkungan sosial. Produsen harus memiliki kemampuan untuk mengantisipasi perubahan ini agar tetap relevan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Perubahan kebutuhan konsumen dapat diklasifikasikan ke dalam kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Kebutuhan primer adalah kebutuhan dasar yang diperlukan oleh manusia untuk mempertahankan kehidupan dan kesejahteraannya secara fisik. Kebutuhan primer ini cenderung stabil dan menjadi prioritas utama bagi setiap individu. Sedangkan kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang berkembang dari kebutuhan primer dan cenderung lebih beragam. Kebutuhan ini dapat bervariasi berdasarkan budaya, lingkungan, dan perkembangan sosial. Perubahan dalam kebutuhan sekunder sering kali dipicu oleh perubahan sosial, teknologi, tren budaya, dan faktor-faktor lainnya. Produsen yang mampu mengidentifikasi dan merespons perubahan ini dengan produk dan layanan yang relevan dapat memenangkan pasar dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen. (Suyani, 2013).

Masyarakat Indonesia merupakan masyarakat majemuk yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Selain itu, terdapat juga lima agama lainnya yang diakui di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia merupakan masyarakat pemeluk agama yang religius. Religiusitas merupakan suatu

keyakinan atau kepercayaan kepada Tuhan dengan berkomitmen untuk menjalankan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh Tuhan (McDaniel dan Burnett, 1990). Maka, religiusitas turut menjadi aspek yang penting khususnya dalam bidang keuangan.

Mengenai kehalalan uang elektronik (*e-money*) dan penggunaannya dalam transaksi kontemporer memang mencerminkan kompleksitas kajian dalam muamalah (ilmu tentang hukum keuangan dan transaksi dalam Islam). Pendapat dan pandangan para ulama tentang hal ini bisa bervariasi dan cenderung berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan konteks sosial yang berubah. (Marpaung et al, 2020). Menurut penjelasan yang dikutip dari buku Fikih Muamalah Kontemporer, Ahli Fikih Muamalah Oni Sahroni (2019), menjelaskan bahwa alat pembayaran non tunai diperkenankan dengan syarat-syarat sebagai berikut: 1) Transaksi jual beli jasa harus memenuhi ketentuan transaksi dalam Islam, 2) Uang yang diletakkan dalam *e-money* harus dapat diambil atau digunakan seluruhnya, 3) Alat pembayaran dengan *e-money* harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, 4) Adab-adab Islami dalam bertransaksi harus dijaga.

Selain aspek religiusitas, aspek kepercayaan juga menjadi faktor yang penting dalam penggunaan produk keuangan (Yogananda dan Dirgantara, 2017). Bank sentral perlu mengedepankan kepuasan pelanggan supaya membuat individu percaya akan produk CBDC. Penelitian yang dilakukan oleh Gu dan tim (2009) serta dikuatkan pula oleh Zhou (2011) menemukan bahwa kepercayaan secara positif sangat berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan mobile banking.

Munculnya mata uang digital, suatu kepercayaan sangatlah penting untuk membangun hubungan dengan konsumen (Albayati et al., 2020). Kepercayaan dalam transaksi memainkan peran penting karena melibatkan risiko dan kepastian. Ketika seseorang memiliki kepercayaan terhadap pihak lain dalam transaksi, mereka cenderung merasa lebih aman dan nyaman untuk berpartisipasi dalam transaksi tersebut. Ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian, kerja sama bisnis, atau jenis transaksi lainnya (Singh & Sirdeshmukh, 2000). Kepercayaan adalah aspek kunci dalam penggunaan suatu mata uang. Mata uang berfungsi sebagai alat tukar, penyimpanan nilai, dan ukuran nilai dalam suatu perekonomian. Kepercayaan terhadap mata uang dan sistem moneter yang mengaturnya sangat penting untuk menjaga stabilitas dan kelancaran aktivitas ekonomi (Amaral et al., 2021).

Ketika masyarakat memiliki akses dan kemampuan untuk melakukan transaksi keuangan melalui perangkat seluler, kenyamanan dan kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam penerimaan layanan keuangan tersebut (Riquelme & Rios, 2010). Dalam penerimaan layanan keuangan konsumen lebih memilih layanan yang nyaman untuk digunakan atau dapat diartikan layanan yang memfasilitasi kemudahan dalam diakses di setiap tempat serta mendukung efisiensi waktu (Lai & Liew, 2021).

Masyarakat berperan penting dalam menumbuhkan minat menggunakan produk atau layanan tertentu, dalam hal ini CBDC. Sebab, individu akan melakukan sesuatu jika memiliki minat atau keinginan. Menurut Karnadi, Zulkarnain, dan Alwie (2018), minat merupakan salah satu prediktor dalam keberhasilan adaptasi masyarakat terhadap sistem yang baru.

Berdasarkan rangkaian yang sudah dipaparkan diatas, maka akan dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai seberapa besar pengaruh nilai manfaat, religiositas, dan juga kepercayaan terhadap minat seseorang untuk menggunakan CBDC. Dengan begitu, penelitian ini berjudul “**PENGARUH NILAI PERSEPSI, RELIGIOSITAS, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN CBDC**”.

B. Rumusan masalah

Penelitian ini berupaya untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Maka dari itu, peneliti merumuskan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Berapa besar pengaruh nilai persepsi terhadap minat menggunakan CBDC?
2. Berapa besar pengaruh religiositas terhadap minat menggunakan CBDC?
3. Berapa besar pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan CBDC?

C. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi nilai terhadap minat menggunakan CBDC
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh religiositas terhadap minat menggunakan CBDC
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan CBDC

D. Manfaat penelitian

Penelitian yang akan dilakukan mempunyai tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi nilai, religiusitas, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan CBDC. Oleh karena itu, harapannya dari penelitian ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi bagi masyarakat, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memperluas wawasan ilmu pengetahuan di bidang keuangan khususnya bank digital.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi bank central di Indonesia untuk lebih mengembangkan dan mempertahankan kualitas CBDC serta lebih melakukan inovasi terhadap CBDC itu sendiri, sehingga dapat mendorong minat masyarakat untuk bertransaksi menggunakan CBDC.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dapat menjadi gambaran umum penelitian yang bertujuan untuk memudahkan pembahasan dengan memberikan uraian. Susunan skripsi ini terdiri dari lima bab, yang dijelaskan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang masalah yang didukung oleh fakta dan teori, perumusan masalah, tujuan dan kontribusi penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II: Landasan Teori dan Kajian Pustaka

Bab ini memberikan penjelasan teoritis terhadap topik yang diteliti yang diambil dari literatur ilmiah sebagai landasan dalam penelitian. Berdasarkan penelitian terdahulu yang digambarkan dalam kerangka konsep pemikiran dan hipotesis yang diajukan.

BAB III: Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan landasan metode yang digunakan dalam penelitian mulai dari desain penelitian, definisi variabel, populasi dan sampel penelitian serta metode analisis data.

BAB IV: Pembahasan

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan analisis serta pembahasannya berdasarkan kepada metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam pembahasan berisi jawaban dari rumusan masalah.

BAB V: Penutup

Bab ini menguraikan kesimpulan penelitian yang diperoleh dari hasil pengujian hipotesis, implikasi, keterbatasan penelitian serta saran-saran yang membangun bagi peneliti serta pihak yang terkait dengan penelitian selanjutnya.

BAB V

Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data regresi linear berganda menggunakan software SPSS yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

1. Hasil analisis regresi linear berganda atas data yang berhasil dikumpulkan yang dinyatakan telah lolos uji validitas dan realibilitas, memberikan informasi bahwa 2 (dua) variabel bebas yang diteliti yakni variabel persepsi nilai (X1) dan variabel kepercayaan (X3) secara individu dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Central Bank Digital Currency* (CBDC). Dan 1 (satu) variabel bebas yakni variabel religiusitas (X2) secara individu dinyatakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Central Bank Digital Currency* (CBDC) (Y). Maka hipotesis pertama dan ketiga dinyatakan diterima karena sesuai temuan hasil penelitian dan untuk hipotesis kedua dinyatakan ditolak karena tidak sejalan dengan temuan hasil penelitian.
2. Hasil analisis regresi linear berganda atas data yang berhasil dikumpulkan menyatakan bahwa variabel persepsi nilai (X1), religiusitas (X2), dan kepercayaan (X3), secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Central Bank Digital Currency* (CBDC) (Y).

B. Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien variabel religiusitas memberikan pengaruh negatif yang signifikan. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya dapat melakukan penelitian pengaruh religiusitas melalui generasi Y dan Z lain yang berdomisili di luar Daerah Istimewa Yogyakarta agar membuktikan pengaruh religiusitas, seperti di daerah ibu kota yaitu Jakarta.
2. Bank Indonesia dapat meningkatkan kepercayaan dalam CBDC. Meskipun banyak responden merasa percaya terhadap CBDC, terdapat perbedaan tingkat kepercayaan yang ditunjukkan beberapa responden memberikan jawaban netral bahkan cenderung memberikan kepercayaan yang rendah. Untuk meningkatkan kepercayaan pihak terkait dapat menunjukkan integritasnya untuk membantu penerimaan CBDC tahap awal. Dengan cara memperbanyak informasi terkait CBDC yang disebarluaskan ke masyarakat, agar responden atau masyarakat lebih melek dengan adanya CBDC tersebut.
3. Dikarenakan penelitian ini membahas tentang perbankan, maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan menjelaskan terkait hubungan hukum riba dengan *central bank digital currency* (CBDC), supaya responden mendapatkan wawasan atau pengetahuan yang dimana akan berpengaruh terhadap minat responden untuk menggunakan CBDC.

Daftar Pustaka

- Aditya, Y., Martoyo, I., Nurcahyo, F. A., Ariela, J., & Pramono, R. (2021). Factorial structure of the four basic dimensions of religiousness (4-BDRS) among Muslim and Christian college students in Indonesia. *Cogent Psychology*, 8(1), 1974680.
- 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.
- Ajzen, Icek (2006), Behavioural Intervention Based on the Theory of Planned Behaviour, diakses 14 November 2018, https://www.researchgate.net/publication/245582784_Behavioral_Interventions_Based_on_the_Theory_of_Planned_Behavior
- Albayati, H., Kim, S. K., & Rho, J. J. (2020). Accepting financial transactions using blockchain technology and cryptocurrency: A customer perspective approach. *Technology in Society*, 62, 101320.
- Allen, S., Čapkun, S., Eyal, I., Fanti, G., Ford, B. A., Grimmelmann, J., Juels, A., Kostianen, K., Meiklejohn, S., & Miller, A. (2020). Design choices for central bank digital currency: Policy and technical considerations. National Bureau of Economic Research.
- Amaral, G., Sales, T. P., & Guizzardi, G. (2021). Towards ontological foundations for central bank digital currencies. 15th Value Modelling and Business Ontologies Workshop.
- Ancok, dan Suroso. 2018. Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ancok, D., Suroso, F. N., & Ardani, M. (2011). Islamic psychology: Islamic solutions to psychological problems. Yogyakarta: Student Library Publisher.
- Anderson, James C. dan Narus, James A 1990, A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships, *Journal of Marketing*, Vol. 54, Januari: 42-58
- Arsi, A. (2015). Langkah-langkah uji validitas realibilitas instrumen dengan menggunakan spss.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM Di Jawa Tengah. *Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.20885>
- Aryati, J. (2016). Hubungan Antara Harga Diri dan Religiusitas Terhadap Perilaku Seksual Pranikah Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Universitas Sanata Dharma*, 19-20.
- Ashworth, J., & Goodhart, C. A. (2020). The surprising recovery of currency usage. 62nd Issue (June 2020) of the *International Journal of Central Banking*.
- Bjerg, Ole. 2017. Designing New Money: The Policy Trilemma of Central Bank Digital Currency. CBS Working Paper, June 2017.

- Carney, M. 2016."Enabling the FinTech transformation: Revolution, Restoration, or Reformation?", in BoE Speech.
- Darma, B. (2021). Stastika Penelitian Menggunakan SPSS. Guepedia.
- Darsono, I.I. (2008). Hubungan perceived service quality dan loyalitas: Peran trust dan satisfaction sebagai mediator. The 2nd National Confrence UKWMS. Surabaya.
- Davis, F. D. (1989). "Percieved Usefulness, Percieved Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology", *MIS Quarterly*". Vol. 13, No. 3, hlm.319-339
- Dimitrov, D. M. (2006). Comparing groups on latent variables: A structural equation modeling approach. *Work*, 26(4), 429–436.
- Dorfleitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M., Weber, M., Dorfleitner, G., Hornuf, L., ... & Weber, M. (2017). The fintech market in Germany (pp. 13-46). Springer International Publishing.
- Engert, W., & Fung, B. S.-C. (2017). Central bank digital currency: Motivations and implications. Bank of Canada Staff Discussion Paper.
- Fajarini, F., & Khaerani, N. M. (2014). Kelekatan aman, religiusitas, dan kematangan emosi pada remaja. *Jurnal psikologi integratif*, 2(1).
- Fatmawati, Endang (2015), Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi Perpustakaan, *Jurnal Iqra'*, Vol. 9, No. 1, hlm. 1-13.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gu, J. C., Lee, S. C., & Suh, Y. H. (2009). Determinants of Behavioral Intention to Mobile Banking. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2009.03.024>
- Harahap, B. A., Idham, P. B., Kusuma, A. C. M., & Rakhman, R. N. (2017). Perkembangan financial technology terkait central bank digital currency (cbdc) terhadap transmisi kebijakan moneter dan makroekonomi. *Bank Indonesia*, 2, 1-80.
- Hermawan, I. (2019). Metodologi pmrlitian pendidikan kuantitatif, kualitatif dan mixed methode. *hidayatul quran kuningan*.
- Jackson, V., Stoel, L., & Brantley, A. (2011). Mall attributes and shopping value: Differences by gender and generational cohort. *Journal of retailing and consumer services*, 18(1), 1-9.
- Jalaluddin, H. (2016). Psikologi Agama, Memahami Perilaku dengan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Jondeau, E., & Rockinger, M. (2003). Conditional volatility, skewness, and kurtosis: Existence, persistence, and comovements. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 27(10), 1699–1737. [https://doi.org/10.1016/S0165-1889\(02\)00079-9](https://doi.org/10.1016/S0165-1889(02)00079-9)
- Kaasinen, E. (2005). User acceptance of mobile services: Value, ease of use, trust and ease of adoption.

- Karnadi, Z., Zulkarnain, Z., & Alwie, A. F. (2018). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, sikap, kontrol perilaku, dan norma subyektif terhadap minat penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN di kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 10(3), 617-631.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2019). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah: Journal Science of Economic and Shariah Banking*, 8(2), 49-57.
- Kiff, M. J., Alwazir, J., Davidovic, S., Farias, A., Khan, M. A., Khiaonarong, M. T., Malaika, M., Monroe, M. H. K., Sugimoto, N., & Tourpe, H. (2020). A survey of research on retail central bank digital currency.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2003). *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. Jakarta : Indeks.
- Lai, PC (2017), The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology, *JISTEM - Journal of Information System and Technology Management*, Vol. 14, No. 1, hlm. 21-38.
- Lai, P. C., & Liew, E. J. (2021). Towards a cashless society: The effects of perceived convenience and security on gamified mobile payment platform adoption. *Australasian Journal of Information Systems*, 25.
- Lau, G. T. dan Lee, S. H., 1999, Consumers' trust in a brand and the link to brand loyalty, *Journal of Market Focused Management*, Vol 4: 341-370
- Lestari, R., & Purwati, P. (2007). Hubungan Antara Religiusitas Dengan Tingkah Laku Coping. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*.
- Li, F., & Betts, S. C. (2003). Trust: What it is and what it is not. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 2(7).
- Mangunwijaya, Y. B. (1991). *Menumbuhkan Sikap Religiusitas Anak-anak*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mathras, D., Cohen, A. B., Mandel, N., & Mick, D. G. (2016). The effects of religion on consumer behavior: A conceptual framework and research agenda. *Journal of Consumer Psychology*, 26(2), 298-311.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, 20(3), 709-734.
- McKnight et al., 2002. The Impact of Initial Consumer Trust on Intention to Transact with a Website: A Trusting Building Model. *Jurnal sistem strategi informasi* 11

- Mona, M., Kekenusa, J., & Prang, J. (2015). Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa. Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud. *D'CARTESIAN*, 4(2), 196. <https://doi.org/10.35799/dc.4.2.2015.9211>
- Morgan, R.M., dan Hunt, S.D., 1994, The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 58, July: 20-38
- Mowen, John C., and Minor, M. (2002). Perilaku konsumen. Trans.(Lina Salim). Jakarta: Erlangga.
- Narimawati, U., & Sarwono, J. (2017). Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Kovarian dengan LISREL dan AMOS untuk Riset Skripsi. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, A., Fadhilah, D., & Marpaung, M. (2020). Pengaruh religiusitas, harga dan kemudahan terhadap minat penggunaan e-money pada transportasi online. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 1(2), 11-19.
- Ozili, P. K. (2022). Central bank digital currency in Nigeria: Opportunities and risks. In *The New Digital Era: Digitalisation, Emerging Risks and Opportunities* (Vol. 109, pp. 125–133). Emerald Publishing Limited.
- Pambudi, R. D. (2019). Perkembangan fintech di kalangan mahasiswa UIN Walisongo. *Harmony: Jurnal Pembelajaran IPS Dan PKN*, 4(2), 74-81.
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017), Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Minat Menggunakan T-Cash di Kota Semarang, *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 26, No. 1, hlm. 76-88.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.
- Pura, M. (2005). Linking perceived value and loyalty in location-based mobile services. *Managing Service Quality: An International Journal*, 15(6), 509-538.
- Riquelme, H. E., & Rios, R. E. (2010). The moderating effect of gender in the adoption of mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 328–341.
- Sahroni, Oni. 2020. *Fikih Muamalah Kontemporer Jilid 3: Membahas Persoalan Sosial dan Ekonomi Kekinian*. Jakarta: Republika Penerbit.
- Saleh, A. A. I., Ibrahim, A. A., Noordin, M. F., & Mohadis, H. M. (2020). Factors influencing adoption of cryptocurrency-based transaction from an Islamic perspective. *Global Journal of Computer Science and Technology*, 20(G4), 21–32.
- Sappaile, B. I. (2005). Validitas dan reliabilitas tes yang memuat butir dikotomi dan politomi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & sons.

- Singh, J., & Sirdeshmukh, D. (2000). Agency and trust mechanisms in consumer satisfaction and loyalty judgments. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 150–167.
- Siroj, S. (2021). Analisis Pertumbuhan Keuangan Syariah Di Era Digitalisasi. *Aksyana: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 1(1), 39-48.
- Soeratno, L. A. (2008). *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Soomro, B. A., Shah, N., & Abdelwahed, N. A. A. (2022). Intention to adopt cryptocurrency: A robust contribution of trust and the theory of planned behavior. *Journal of Economic and Administrative Sciences*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The Master Book of SPSS. Start Up*.
- Suryani, T. (2013). Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran.
- Susanti, A. Natalia, TW. (2018). Public space strategic planning based on Z generation preferences. *IOP Conf. Ser. Mater. Sci. Eng.* Vol. 407. No. 1
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of retailing*, 77(2), 203-220.
- Tayebi, N., & Polycarpou, A. A. (2004). Modeling the effect of skewness and kurtosis on the static friction coefficient of rough surfaces. *Tribology International*, 37(6), 491–505. <https://doi.org/10.1016/j.triboint.2003.11.010>
- Tronnier, F., & Kakkar, S. (2021). Would You Pay with a Digital Euro? Investigating Usage Intention in Central Bank Digital Currency. Investigating Usage Intention in Central Bank Digital Currency (August 18, 2021).
- Venkatesh, Viswanath (2000), Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model, *INFORMS Information Systems Research*, Vol. 11, No. 4, hlm. 342-365.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. (2017). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Yunus, 2006, Membangun Kepercayaan, 12, 10, 2010, <http://www.gsn-soeki.com/wouw>.
- Zaheer, A., & Bachmann, R. (Eds.). (2006). *Handbook of trust research*. Edward Elgar.
- Zhou, T. (2011). An empirical examination of initial trust in mobile banking. *Internet Research*, 21(5), 527–540. <https://doi.org/10.1108/10662241111176353>.