

**DETERMINAN PENGGUNAAN LAYANAN APLIKASI PEMBAYARAN
E-WALLET LINKAJA SYARIAH
(Studi Pada Generasi Milenial Yogyakarta)**



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

**OLEH:
FAIZ ANISRAN
NIM: 21208012039**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2024**

**DETERMINAN PENGGUNAAN LAYANAN APLIKASI PEMBAYARAN
E-WALLET LINKAJA SYARIAH
(Studi Pada Generasi Milenial Yogyakarta)**



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

**OLEH:
FAIZ ANISRAN
NIM: 21208012039**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

**PEMBIMBING:
Dr. Joko Setyono, M.Si
NIP. 19730702 200212 1 003**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2024**



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-832/Un.02/DEB/PP.00.9/06/2024

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN PENGGUNAAN LAYANAN APLIKASI PEMBAYARAN E-WALLET LINKAJA SYARIAH (Studi Pada Generasi Milenial Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FAIZ ANISRAN, S.E
Nomor Induk Mahasiswa : 21208012039
Telah diujikan pada : Jumat, 31 Mei 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

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

Valid ID: 6660279516b2b



Penguji I

Dr. Ibnu Muhsin, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6660265433572



Penguji II

Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I.
SIGNED

Valid ID: 6661941690352



Yogyakarta, 31 Mei 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Valid ID: 66627e859260e

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudara Faiz Anisran
Kepada
**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

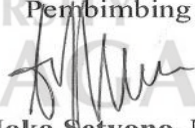
Nama : Faiz Anisran
NIM : 21208012039
Judul Tesis : Determinan Penggunaan Layanan Aplikasi Pembayaran E-wallet LinkAja Syariah (Studi Pada Generasi Milenial Yogyakarta)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Prodi Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar Tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 Mei 2024
Pembimbing


Dr. Joko Setyono, M.Si
NIP. 19730702 200212 003

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Faiz Anisran
NIM : 21208012039
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan pengetahuan, karya saya yang berjudul :

**“DETERMINAN PENGGUNAAN LAYANAN APLIKASI PEMBAYARAN
E-WALLET LINKAJA SYARIAH (Studi Pada Generasi Milenial Yogyakarta)”**

Dengan ini menyatakan sanggup untuk menerbitkan Tesis ke dalam Jurnal yang tersitasi Standar DOAJ (*Directory of Open Access 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.

Yogyakarta, 07 Mei 2024.

Penyusun,



Faiz Anisran

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faiz Anisran

NIM : 21208012039

Jurusan / Program Studi : Ekonomi Syariah/ Magister

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul “**Determinan Penggunaan Layanan Aplikasi Pembayaran E-wallet Linkaja Syariah (Studi Pada Generasi Milenial Yogyakarta)**” adalah benar-benar merupakan karya hasil penyusunan sendiri, bukan dipublikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar Pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini. Maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusunan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 7 Mei 2024

Penyusun:



Faiz Anisran

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN MOTTO

“Don't Just Wait for Inspiration

Start moving and be inspired”

**Jangan Hanya Menunggu Inspirasi
Mulailah Bergerak Dan Jadilah Inspirasi**

Jack Ma



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN



Puji syukur kehadiran Allah SWT.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Tulisan ini didedikasikan untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ekonomi syariah

Teristimewa kepada kedua orang tua Ibu Risna dan Bapak Burhan,

Yang selalu mendukung sampai detik ini.

Terimakasih kepada keluarga besraku yang selalu memberikan doa serta dukungan dalam proses pengerjaan tesis ini.

Terimakasih kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan MES-B yang selalumenyemangati proses pengerjaan tesis ini.

Terimakasih kepada Bapak Joko Setyono yang membimbing serta mengarahkan penyusunan tesis ini.

Terimakasih kepada kampusku UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ruang untuk belajar dan keleluasaan berfikir serta mendapatkan pengalaman yang sangat berharga.

PEDOMAN LITERASI ARAB LATIN

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

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye

ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	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
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
عدة	Ditulis	'iddah

C. *Tha-marbutah*

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

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عَلَّة	ditulis	'illah
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
كُذِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ḡukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yaḡhabu</i>

—َ—	Fathah	ditulis	<i>A</i>
—ِ—	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
—ُ—	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā' mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَّى	ditulis	<i>tansā</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati بينكم	Ditulis	<i>Ai</i>
	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati قَوْل	ditulis	<i>au</i>
	ditulis	<i>qaul</i>

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

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

H. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti dengan huruf *qomariyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

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

- b. Bila diikuti dengan huruf *syamsiah* maka ditulis dengan huruf *syamsiah* tersebut

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penlusian Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

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

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim

Alhamdulillah, segala puja dan puji hanya milik Allah SWT yang telah menganugerahkan berbagai nikmat dan rahmat sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan. Shalawat salam selalu tercurah ke haribaan Baginda Agung Nabi Muhammad SAW, semoga kita semua mendapat syafaatnya.

Tesis ini adalah karya penulis untuk memenuhi prasyarat memperoleh gelar Magister Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tesis ini mengkaji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Actual Use pada aplikasi linkaja syariah dengan niat sebagai variable intervening, penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat kepada para pembaca dan dapat memberikan kontribusi terhadap kemajuan industri halal di Indonesia serta menjadi referensi bagi para pengkaji bidang studi perilaku konsumen.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa tesis ini dapat terselesaikan atas bantuan langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih dan rasa hormat setinggi-tingginya kepada :

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Ghofur Wibowo, S.E., M.Sc., selaku ketua Program Studi Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Ibnu Muhdar, M.Ag., selaku dosen pembimbing akademik selama penulis menjadi mahasiswa di Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

5. Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing tesis ini yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan arahan sekaligus bimbingan kepada penulis.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Ayahanda terkasih Burhan Bustari dan Ibunda tercinta Risna S.Pd., M.Pd., atas segala bentuk doa, dukungan, perhatian dan segalanya kepada penulis, semoga Allah SWT membalas dengan sebaik-baiknya balasan.
8. Saudara penulis, Fahrul Mihad.
9. Semua rekan-rekan mahasiswa Program Studi Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta khususnya MES-B.
10. Para responden penelitian ini yang telah bersedia memberikan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN LITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
ABSTRAK	xx
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	16
E. Sistematika Pembahasan	16
BAB II	18
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	18
A. Landasan Teori	18
1. Pembayaran Digital.....	18
2. E-Wallet	19

3.	Perilaku Konsumen.....	23
4.	Teori TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>)	25
5.	Persepsi Manfaat/Kegunaan.....	28
6.	Persepsi Kemudahan.....	29
7.	Kepercayaan.....	30
8.	<i>Word Of Mouth</i>	31
9.	Keamanan.....	32
10.	Gaya Hidup (<i>lifestayle</i>).....	33
11.	Niat (<i>Behavioral Intention</i>).....	35
12.	<i>Actual Use</i>	35
B.	Kajian Pustaka.....	36
C.	Kerangka Teoritik Dan Pengembangan Hipotesis	60
D.	Kerangka Pemikiran	71
BAB III.....	72
METODE PENELITIAN	72
A.	Jenis Penelitian	72
B.	Populasi Dan Sampel	72
E.	Oprasional Variabel.....	73
F.	Jenis Data.....	77
G.	Teknik Pengumpulan Data.....	77
H.	Teknik Analisis Data.....	78
1.	Analisis Deskriptif.....	78
2.	Analisis Inferensial	80
BAB IV	85
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	85
A.	Uraian Pelaksanaan Penelitian.....	85
B.	Uraian Demografi Responden	86
1.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	86

2.	Karakteristik Responden Menurut usia.....	86
3.	Karakteristik Responden berdasarkan Kota/Kabupaten	87
4.	Karakteristik Responden berdasarkan lama penggunaan linkaja syariah	88
5.	Karakteristik Responden berdasarkan frekuensi penggunaan	89
6.	Karakteristik Responden berdasarkan pendidikan terakhir	90
7.	Karakteristik Responden Menurut pekerjaan.....	91
8.	Karakteristik Responden berdasarkan penghasilan	92
C.	Analisis Deskriptif Data.....	93
1.	Penjelasan Statistik Variabel Persepsi Kegunaan (PK)	95
2.	Analisis Variabel Persepsi Kemudahan (KP).....	98
3.	Analisis Variabel Kepercayaan (K)	100
4.	Analisis Variabel <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	103
5.	Analisis Variabel Keamanan (KA).....	105
6.	Analisis Variabel Gaya Hidup (GH).....	108
7.	Analisis Variabel Niat Menggunakan (N).....	111
8.	Analisis Variabel Actual Use (AU)	113
D.	Hasil Analisis SEM-PLS	116
1.	<i>Outher Model</i>	117
2.	Evaluasi <i>Inner Model</i>	122
3.	Pengujian Hipotesis	126
E.	Pembahasan Hasil Uji.....	132
1.	PK (Persepsi Kegunaan) berpengaruh positif signifikan terhadap N (Niat)	132
2.	KP (Persepsi Kemudahan) berpengaruh positif signifikan terhadap N (Niat)	134
3.	(Kepercayaan) berpengaruh positif signifikan terhadap N (Niat)	136
4.	WOM (Word of Mouth) berpengaruh positif signifikan terhadap N (Niat)	138
5.	KA (Keamanan) berpengaruh positif signifikan terhadap N (Niat)	140
6.	GH (Gaya Hidup) berpengaruh positif signifikan terhadap N (Niat)	141

8. WOM (Word of Mouth) berpengaruh positif signifikan terhadap AU (Actual Use).....	145
9. KA (Keamanan) berpengaruh positif signifikan terhadap AU (Actual Use) 147	
10. GH (Gaya Hidup) berpengaruh signifikan terhadap AU (Actual Use).. .	148
11. N (Niat) berpengaruh positif signifikan terhadap AU (Actual Use).....	150
BAB V.....	153
PENUTUP	153
A. Kesimpulan	153
B. Keterbatasan Dan Saran Penelitian.....	155
DAFTAR PUSTAKA.....	157
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	179
A. Kuesioner Penelitian.....	179
B. Data Mentah	186
C. Hasil Olahan Data SEM PLS 4.....	195

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu (diolah)	52
Tabel 3 1. Variabel dan Indikator	74
Tabel 3 2 Skor Skala Likert.....	78
Tabel 4. 1 Skala Penilaian (Diolah 2024)	93
Tabel 4. 2 Tabulasi Jawaban Responden (Diolah, 2024).....	94
Tabel 4. 3. Analisis Variabel Persepsi Kegunaan (PK)(Diolah 2024	95
Tabel 4. 4 Analisis Variabel Persepsi Kemudahan (KP) (Diolah 2024).....	98
Tabel 4. 5. Analisis Variabel Kepercayaan (K) (Diolah 2024).....	100
Tabel 4. 6 Analisis Variabel Word of Mouth (WOM) (Diolah 2024)	103
Tabel 4. 7. Analisis Variabel Keamanan (KA) (Diolah 2024).....	106
Tabel 4. 8. Analisis Variabel Gaya Hidup (GH) (Diolah 2024).....	108
Tabel 4. 9 Analisis Variabel Niat Menggunakan(N) (Diolah 2024)	111
Tabel 4. 10 Analisis Variabel Actual Use (AU).....	114
Tabel 4. 11 Outer Loading (Diolah 2024).....	118
Tabel 4. 12. Average variance extracted (AVE) (Diolah 2024).....	119
Tabel 4. 13. Nilai Discriminant Validity (Diolah 2024)	120
Tabel 4. 14. Nilai Composite Reliability (Diolah 2024).....	121
Tabel 4. 15. Nilai Cronbach's Alpha (Diolah 2024).....	122
Tabel 4. 16. Nilai R-square (Diolah 2024).....	123
Tabel 4. 17. F-square (Diolah 2024).....	124
Tabel 4. 18. Q square (Diolah 2024)	126
Tabel 4. 19. Pengujian Hipotesis (Pengaruh Langsung) (Diolah 2024)	127

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1. Transaksi Pembayaran Di Beberapa Negara Melalui Sosial Media	2
Gambar 1. 2 Metode Pembayaran Yang sering Di gunakan di Indonesia	3
Gambar 1 3. Data Pengguna Dompot Digital	4
Gambar 1 4. Pengguna Platfrom Pembayaran Digital Berdasarkan Generasi	7
Gambar 1 5. Data Kunjungan Kota-kota Di Indonesia	8
Gambar 2 1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	26
Gambar 2 2 Kerangka Pemikiran	71
Gambar 4 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
Gambar 4. 2. Responden Berdasarkan Usia	87
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Kota/Kabupaten.....	88
Gambar 4 4. Responden Berdasarkan waktu penggunaan	89
Gambar 4. 5. Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	90
Gambar 4 6. Responden Berdasarkan Pendidikan.....	91
Gambar 4 7. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	92
Gambar 4 8. Responden Berdasarkan Penghasilan	92



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi Niat dan Penggunaan nyata (*Actual Use*) generasi milenial dalam menggunakan aplikasi linkaja syariah. Model yang diterapkan melibatkan enam variabel independen, dua variabel mengadopsi dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan serta empat variabel tambahan yaitu, kepercayaan, *word of mouth*, keamanan, dan gaya hidup, serta satu variabel yang bertindak sebagai variabel intervening yaitu niat. Selanjutnya, variabel dependen hanya satu yakni, *Actual Use*

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling* berbasis varian (SEM-PLS). Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan jumlah sampel sebanyak 128 responden di Yogyakarta, yang terdiri dari empat kabupaten dan satu kota. Yaitu Kab.Kulon Progo, Kab.Gunung Kidul, Kab.Bantul, Kab.Sleman dan Kota Yogyakarta. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data menggunakan bantuan aplikasi SmartPLS 4.

Hasil pengujian dari semua variable independen yang berpengaruh langsung terhadap dua variable dependen yaitu Niat dan *Actual Use* signifikan dengan menunjukkan bahwa pengaruh terhadap niat dari persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, *word of mouth*, keamanan dan Gaya hidup menunjukkan arah yang positif kurang dari 0.05 (5%). Begitupula dengan pengaruh langsung terhadap *Actual Use* bahwa kepercayaan, *word of mouth*, keamanan, dan keamanan memiliki pengaruh yang positif dengan nilai kurang dari 0,05. Artinya kehadiran aplikasi *e-waleet* linkaja syariah dapat memberikan kontribusi yang baik dalam pembayaran digital dan diterima dikalangan milenial kota Yogyakarta berdasarkan ukuran beberapa factor tersebut.

Kata kunci: Kepercayaan, *Word of mouth*,Keamanan,Gaya hidup, TAM.

ABSTRACT

The purpose of this study is to understand the factors that influence the intention and actual use of millennials in using the linkaja syariah application. The model applied involves six independent variables, two variables adopted from the Technology Acceptance Model (TAM) namely perceived usefulness, and perceived ease and four additional variables namely, trust, word of mouth, security, and lifestyle, as well as one variable that acts as an intervening variable namely intention. Furthermore, the dependent variable is only one, namely, Actual Use.

This research was conducted using a quantitative approach with variant-based Structural Equation Modeling (SEM-PLS) analysis techniques. The data source used is primary data with a sample size of 128 respondents in Yogyakarta, consisting of four districts and one city. They are Kulon Progo Regency, Gunung Kidul Regency, Bantul Regency, Sleman Regency and Yogyakarta City. Data were obtained by distributing questionnaires. Data analysis uses the help of the SmartPLS 4 application.

The test results of all independent variables that have a direct effect on the two dependent variables, namely Intention and Actual Use, are significant by showing that the effect on the intention of perceived usefulness, perceived convenience, trust, word of mouth, security and lifestyle shows a positive direction of less than 0.05 (5%). Likewise with the direct influence on Actual Use that trust, word of mouth, security, and security have a positive influence with a value of less than 0.05. This means that the presence of the linkaja sharia e-wallet application can make a good contribution to digital payments and is accepted among millennials in the city of Yogyakarta based on the size of some of these factors.

Keywords : Trust, Word of mouth, Security, Lifestyle, TAM

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB 1

PENDAHULUAN

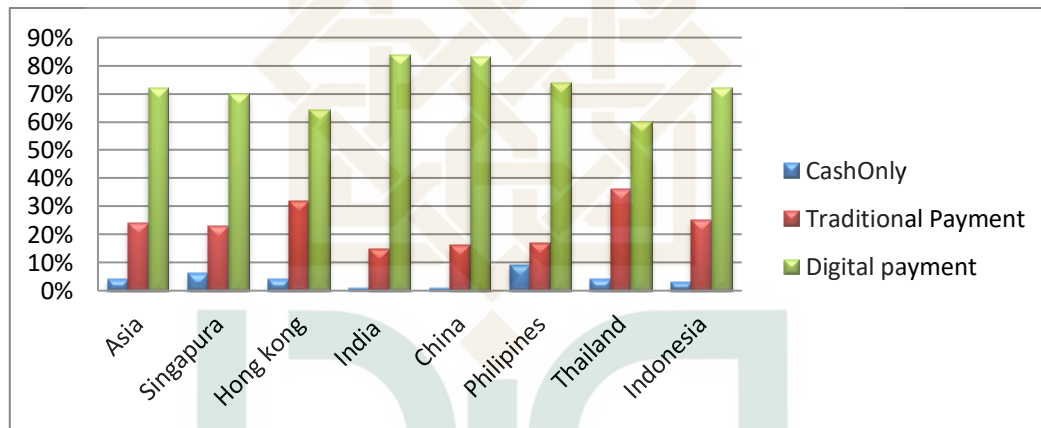
A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi semakin pesat di zaman saat ini yang penuh mobilitas dan integrasi. Mesin dan segala hal, baik yang alami maupun buatan, serta manusia, semuanya saling terhubung di seluruh dunia. Fenomena ini berdampak besar pada kegiatan bisnis sehari-hari, yang mempengaruhi berbagai aspek yang tadinya bersifat tradisional menjadi berubah menuju era digital secara perlahan (Prena & Dewi, 2023). Hal ini tidak bisa terlepas dari penggunaan internet sebagai penghubung agar aktivitas bisnis secara digital dapat berjalan dengan baik.

Menurut DataIndonesia.id,(2022) bahwa tahun 2022, *International Telecommunication Union (ITU)*, terdapat sekitar 5,3 miliar pengguna internet di seluruh dunia. Ini menunjukkan bahwa 66% populasi telah mengakses internet secara global. Hal ini berdampak pada Perkembangan digital yang membawa perubahan di beberapa bidang seperti bidang komunikasi, aplikasi dan bisnis, *e-commerce*, Finansial Teknologi/ *Fintech* (Nazar et al., 2023). Perkembangan ini mengakibatkan perubahan utama di sektor keuangan melalui pengenalan layanan digital. Salah satu contohnya adalah *e-money* yang mengalami pertumbuhan yang pesat di berbagai negara, termasuk Indonesia (Gusni et al., 2020).

Berdasarkan Data pada (Paypal, 2023) saat ini, permintaan akan solusi pembayaran yang efektif dan *kompatibel* dengan berbagai *platform* tidak hanya

didorong oleh perdagangan melalui media sosial, melainkan juga oleh penggunaan *E-wallet* sebagai metode pembayaran digital yang paling umum digunakan. Sekitar 72% responden di Asia mengungkapkan bahwa mereka menerima pembayaran dengan menggunakan metode ini. Sebagai perbandingan, sekitar 70% responden di beberapa negara lain, khususnya Indonesia, juga menyatakan bahwa mereka menerima pembayaran digital.



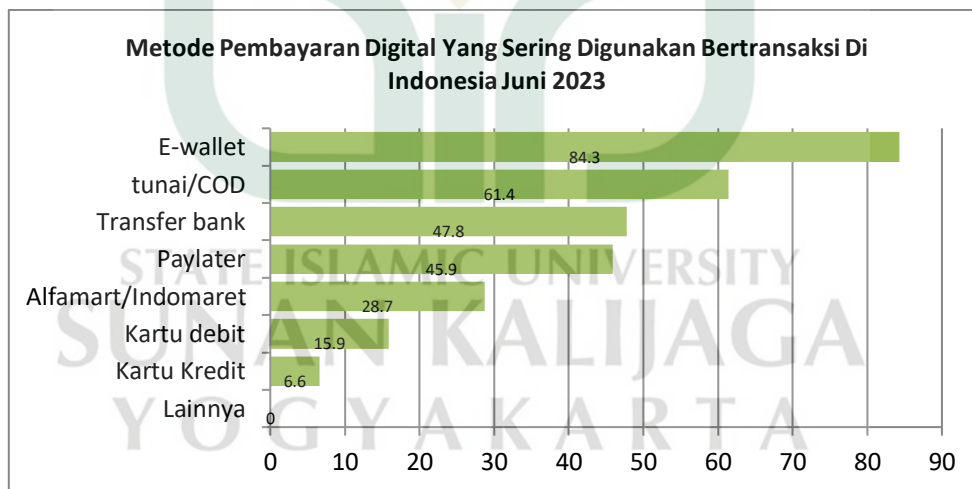
Gambar 1 1. Transaksi Pembayaran Di Beberapa Negara Melalui Sosial Media

Sumber : (Paypal, 2023)

Perkembangan *e-wallet* di Negara berkembang khususnya Indonesia tumbuh sangat drastis, hal ini dapat mempermudah dalam melakukan transaksi dengan memfasilitasi pengguna untuk bertransaksi secara online (Andriyaningtyas et al., 2022). Muncul sebagai bagian dari upaya mendukung Gerakan Nasional Non Tunai, *e-money* telah diakui secara resmi melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/17/PBI/2016. Dasar hukum ini diharapkan

dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem pembayaran non tunai (Rusbianti et al., 2023).

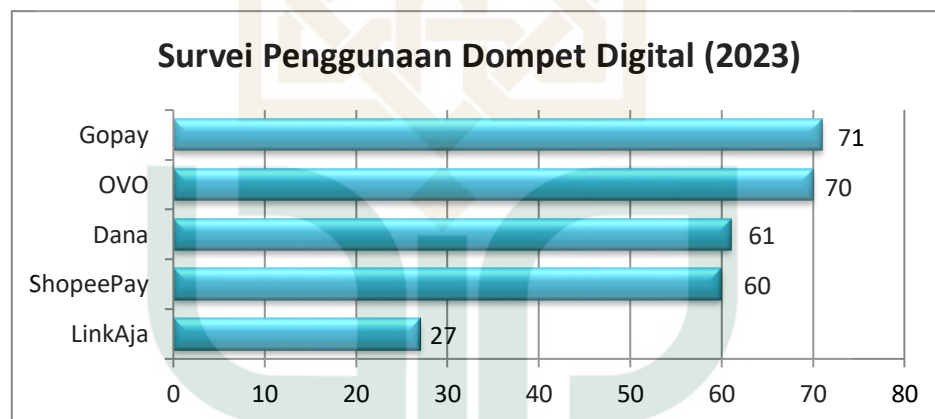
Berdasarkan hasil survey pada data dibawah ini hasilnya, menunjukkan bahwa Metode pembayaran menggunakan *e-wallet* menjadi pilihan utama bagi sebagian besar orang, dengan mencapai 84,3% dari total responden. Persentase ini mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2023 dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yaitu sebesar 60,9% pada tahun 2022. Hasil ini di ikuti oleh pembayaran tunai/COD yang mencapai 61,4% pengguna dan di ikuti dengan metode pembayaran yang lainnya (Databoks, 2023a). Hal ini membuktikan bahwa penggunaan ewallet sangat diminati di sebagian besar kalangan yang ada di Indonesia.



Gambar 1. 2 Metode Pembayaran Yang sering Di gunakan di Indonesia

Sumber :(Databoks, 2023a)

Berdasarkan data diatas bahwa minat masyarakat pada penggunaan e-wallet atau dompet digital semakin banyak. Sementara itu dari dari Menurut laporan *E-Wallet Industry Outlook 2023* oleh Insight Asia, dari 1.300 warga perkotaan yang disurvei, Gopay adalah platform yang paling banyak digunakan dengan persentase pengguna sebesar 71%, diikuti oleh OVO dengan persentase 70%. Sementara itu, proporsi pengguna platform dompet digital lain seperti Dana, ShopeePay, dan LinkAja lebih kecil, sebagaimana terlihat pada grafik (Databoks, 2023b).



Gambar 1 3. Data Pengguna Dompet Digital

Sumber : Databoks, (2023b)

Permasalahan yang tengah dihadapi oleh masyarakat muslim di Indonesia adalah keterbatasan produk uang elektronik, terutama dalam konteks *e-wallet* syariah. Namun, pada tanggal 14 April 2020, PT Fintech Karya Nusantara (Finarya) telah menghadirkan Layanan Syariah dalam dompet digital mereka, yaitu LinkAja Syariah. Peluncuran layanan ini merupakan sebuah inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan bagi pengguna *e-wallet*,

khususnya yang mengutamakan prinsip-prinsip syariah. (Linkaja, 2023). Karena dalam system ekonomi digital di Indonesia, *e-wallet* syariah sendiri masih sangat baru, dan satu-satunya *platform e-wallet* dengan basis *e-money* yang menyatakan diri sebagai *e-wallet* syariah adalah LinkAja, yang dapat digunakan untuk berbagai metode pembayaran sesuai dengan hukum syariah (Andriyaningtyas et al., 2022).

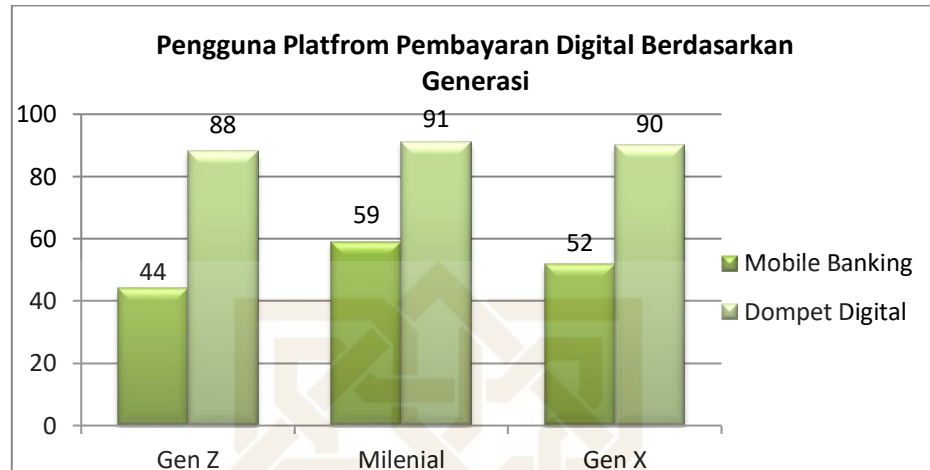
Menurut informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, jumlah penduduk Indonesia yang beragama Islam mencapai 229,62 juta orang (87,2%). Namun, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan dalam pengembangan sektor keuangan syariah di Indonesia jika dibandingkan dengan sektor keuangan konvensional. Buktinya pangsa pasar keuangan syariah secara umum masih dibawah 5% (Araffi & Haryono, 2022). Sementara untuk daerah istimewa Yogyakarta Dukcapil dan Kemendagri mencatat jumlah penduduk Yogyakarta sebanyak 3,68 juta jiwa per 30 juni 2021 Dari jumlah tersebut, sebanyak 3,41 juta jiwa (92,87%) beragama Islam (Databox, 2021).

Dari data tersebut, layanan LinkAja Syariah seharusnya bisa memanfaatkan potensi masyarakat muslim yang sangat besar. Berdasarkan data sebelumnya, mayoritas penduduk Yogyakarta memeluk agama Islam dengan persentase sebesar 92,87%. Hal ini merupakan potensi yang seharusnya dapat dimaksimalkan oleh *e-wallet* Link Aja Syariah layanannya yang sesuai prinsip-prinsip syariah dalam pengaplikasiannya. Permasalahan ini menjadi suatu fenomena yang terjadi di masyarakat bahwa persentase penduduk muslim yang

tinggi di wilayah Yogyakarta, tidak dapat dijadikan tolak ukur, terhadap minat menggunakan layanan syariah yang masih relatif kecil.

Sejak diterbitkannya Fatwa DSN MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 uang elektronik syariah, Layanan Syariah LinkAja menjadi penyedia uang elektronik syariah pertama di Indonesia yang telah mendapatkan izin pengembangan produk uang elektronik berbasis server dari Bank Indonesia serta sertifikat DSN MUI yang bekerja sama dengan bank syariah, dan menawarkan berbagai produk yang sesuai dengan akad syariah dan tidak mengandung unsur maisyir (perjudian), gharar (ketidakpastian), riba (tambahan), zalim, dan barang haram (Linkaja, 2023). Dan Saat ini, Layanan Syariah LinkAja telah bekerja sama dengan lebih dari 242 lembaga penyalur ZISWAF, lebih dari 1000 masjid dan pesantren, serta sejumlah mitra *e-commerce* dan *offline merchant* (Jamin, 2022).

Pada kenyataannya banyak pelanggan LinkAja yang belum mengaktifasi layanan syariah, disebabkan beberapa hal diantaranya faktor kepercayaan pengguna, pengetahuan masyarakat terhadap manfaat, dan kemudahan Fintech Syariah hingga belum meluasnya informasi layanan syariah LinkAja Syariah di Indonesia (Alfarizi et al., 2021). Ini memerlukan partisipasi aktif dari generasi muda, terutama mereka yang beragama Islam, dalam memperluas jangkauan layanan syariah LinkAja. Mengingat konsumen muda saat ini cenderung lebih terampil dalam teknologi, mereka dapat menjadi penggerak utama dalam memperkenalkan layanan syariah LinkAja, yang diharapkan dapat mencakup seluruh wilayah di Indonesia. (Alfarizi et al., 2021).



Gambar 1 4. Pengguna Platform Pembayaran Digital Berdasarkan Generasi

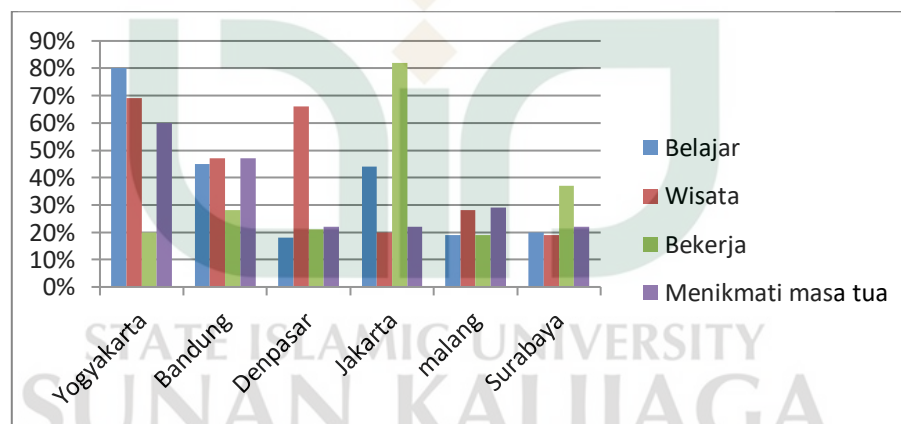
Sumber : DataIndonesia.id, (2022).

Tidak banyak perbedaan dalam bagaimana generasi yang berbeda menggunakan dompet digital. Generasi yang lebih tua (GenX) lebih cenderung menggunakan mobile banking. Sebanyak 91% responden yang termasuk dalam kelompok milenial mengatakan bahwa mereka menggunakan dompet digital. Sementara itu, pembayaran digital dilakukan melalui mobile banking untuk 59% responden milenial (DataIndonesia.id, 2022).

Generasi milenial adalah mereka yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai dengan 2005. memiliki perkiraan usia sekarang 19-44 tahun (Afif & Afdawaiza, 2023). Milenial lebih menyukai Pembayaran melalui transfer atau pembayaran digital dalam transaksi keuangan. Kecenderungan generasi milenial terhadap produk keuangan non-tunai - Kartu debit, *mobile banking*, *e-wallet*, *e-money* (Al Hilal, 2023). Berdasarkan fakta sebelumnya bahwa generasi milenial

berpotensi menjadi salah satu generasi pengguna terbanyak aplikasi pembayaran digital yang ada di Indonesia.

Yogyakarta menjadi pilihan pada penelitian ini, Berdasarkan survey (Goodstats, 2023) di bawah ini Bahwa Yogyakarta terbanyak menjadi Tujuan dalam hal belajar, wisata dan menikmati hari tua. Terdapat 80% anak” muda memilih Yogyakarta sebagai kota tujuan di banding Kota-kota yang lainnya. Begitu pula destinasi wisata Yogyakarta 69% menjadi kota tujuan terbanyak untuk di gunakan berwisata. Dan sekitar 60% masyarakat Indonesia memilih Yogyakarta sebagai tempat menikmati masa tua. Hal ini yang mendasari peneliti menggunakan Yogyakarta sebagai tempat penelitian.



Gambar 1.1

Gambar 1 5. Data Kunjungan Kota-kota Di Indonesia

Sumber : Goodstats, (2023)

Oleh karena itu, dengan memanfaatkan *fintech* untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah di Indonesia dan mendukung tujuan Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah global, terutama pada kalangan umat Islam

di era milenial, layanan syariah LinkAja diharapkan dapat membantu mewujudkan ekonomi yang lebih baik khususnya ekonomi syariah. Atas dasar fenomena tentang perkembangan teknologi pembayaran digital, maka terjadi perubahan perilaku pada proses transaksi pembayaran pada kalangan milenial dalam menggunakan pembayaran digital, khususnya dalam penggunaan layanan linkaja syariah. Perubahan perilaku Pembayaran yang terjadi pada generasi milenial dapat dianalisis dengan berbagai macam teori diantaranya adalah teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) , teori *Theory of Planned Behavior* (TPB), UTAUT, dan teori *Technology Acceptance Model* (TAM).

Pada penelitian ini untuk menganalisis perubahan perilaku penggunaan aplikasi pembayaran digital linkaja syariah pada generasi milenial, peneliti ingin menggunakan teori TAM dalam pengembangan penelitian ini karena merupakan Teori Psikologis Yang Mampu Memberikan Penjelasan Yang Kuat Dan Sederhada Untuk Penerimaan Teknologi (Fahlevi & Dewi, 2019). TAM pertama kali diusulkan oleh Fred Davis yang mempresentasikan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada tahun 1986 yang merupakan salah satu model yang dirancang untuk memeriksa dan memahami variabel-variabel yang mempengaruhi adopsi teknologi (Legris et al., 2003). teori *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang cocok digunakan untuk memprediksi Niat atau keinginan individu dalam menerima teknologi (Davis, 1989b).

Dalam memprediksi perilaku seseorang dalam mengadopsi teknologi aplikasi pembayaran digital linkaja syariah di tentukan oleh niat(*intention*) dan

actual use yang dapat dipengaruhi oleh dua konstruk pada teori TAM yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) yang diartikan sebagai keyakinan dari calon pengguna tentang manfaat penggunaan aplikasi untuk meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya (Romadloniyah & Prayitno, 2018). Dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yaitu sejauh mana pengguna meyakini bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan tanpa kendala (Davis, 1989). Sementara niat merupakan perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap obyek yang menunjukkan keinginan untuk melakukan (Bagozzi & Dholakia, 1999). Dan *actual use* sebagai suatu kondisi yang sebenarnya dan nyata atas penggunaan suatu sistem tersebut (Davis, 1993).

Metode TAM merupakan metode yang kuat, dan baik, dalam menentukan perilaku seseorang terhadap penerimaan teknologi. Akan tetapi, dengan berkembangnya teknologi pembayaran kita menyadari bahwa teknologi akan terus mengalami perubahan sehingga faktor-faktor TAM tidak akan dapat memberikan gambaran yang jelas untuk menjelaskan niat individu terkait penerimaan teknologi (Usman et al., 2017).

Pada penelitian ini peneliti memperluas dengan menambahkan faktor lain yang dapat mempengaruhi penerimaan teknologi seperti kepercayaan yang merupakan keyakinan konsumen terhadap kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan mereka inginkan (Sirdeshmukh et al., 2002). *Word Of Mouth* merupakan penyampaian informasi secara langsung melalui pembicaraan mengenai teknologi. Keamanan merupakan tindakan pencegahan terhadap suatu

data atau informasi dari sebuah ancaman . dan gaya hidup yang berarti pola kehidupan yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pandangan seseorang (Van Acker et al., 2016). Penambahan variable external di luar dari TAM digunakan untuk perluasan model TAM yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang terhadap teknologi.

Dari pembahasan diatas ada beberapa penelitian sebelumnya mengenai beberapa factor yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya faktor kunci utama pada variabel TAM yaitu persepsi manfaat yang di temukan oleh (Sudyasjayanti & Salsabil, 2020) dan (N. N. Azizah & Mas'ud, 2022) menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap Niat penggunaan layanan elektronik. Namun terdapat *literature* sebelumnya yang menemukan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap niat (Putritama, 2021). Hal ini sejalan dengan tpenelitian yang di lakukan oleh (Hasanah et al., 2021) menemukan bahwa kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan linkaja syariah.

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang dalam menggunakan uang elektronik linkaja syariah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Umaningsih & Wardani, 2020) yang menemukan hasil bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif terhadap niat yang artinya suatu teknologi yang dapat dengan mudh dipahami akan membuat ketertarikan terhadap teknologi tersebut. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh (Hasyim et al., 2023) menemukan

bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan aplikasi linkaja syariah.

Penggunaan terhadap suatu teknologi juga dapat berubah apabila tingkat kepercayaan terhadap teknologi tersebut menurun, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami, (2021) yang menemukan bahwa faktor kepercayaan dapat berpengaruh positif dalam menggunakan *Mobile Payment* Linkaja. Hasil yang sama namun dengan objek yang berbeda di temukan oleh Adinata & Yasa, (2018) menemukan bahwa kepercayaan dapat berpengaruh positif terhadap niat seseorang, sedangkan Picaully, (2018) menemukan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh negative terhadap niat sehingga kurang baik terhadap pembelian produk. Berbeda dengan Saintz, (2019) menemukan bahwa kepercayaan dapat berpengaruh langsung terhadap penggunaan secara *actual use*

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh (Yuan & Peluso, 2021) yang mengatakan bahwa *Word Of Mouth* (WOM) dapat mempengaruhi niat seseorang, penelitian ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Farzin et al., 2021) yang juga menemukan hasil bahwa *Word Of Mouth* dapat mempengaruhi niat, dan juga dapat berpengaruh langsung terhadap *Actual Use* Akan tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Majeed et al., 2023) yang menemukan hasil bahwa *Word Of Mouth* tidak mempengaruhi niat seseorang.

Faktor lain yang dapat mempegaruhi niat yaitu keamanan yang dapat digunakan sebagai alas an penggunaan sebuah teknologi, seperti penelitian yang di lakukan oleh (Paulus, 2022) yang menemukan bahwa keamanan dapat

mempengaruhi minat dalam menggunakan uang elektronik. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmatika & Fajar, 2019) yang menemukan hasil berbeda bahwa keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap minat dalam menggunakan uang elektronik, sedangkan Yani Kusumastuti, (2022) menemukan bahwa keamanan dapat berpengaruh langsung terhadap *actual use* dari sebuah teknologi.

Beberapa penelitian berkenaan dengan pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan yang sebenarnya dari sebuah teknologi yang didasari oleh niat telah dilakukan oleh beberapa peneliti, di antaranya oleh (Rachmawati & Trisnaningsih, 2023) bahwa gaya hidup dapat berpengaruh terhadap niat, berbeda dengan penelitian yang dilakukan Yang et al., (2021) menemukan bahwa gaya hidup tidak hanya berpengaruh terhadap niat, gaya hidup juga dapat berpengaruh langsung terhadap *Actual Use*. berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuni, 2022) yang menemukan hasil bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunaan.

Berdasarkan hasil telaah literatur terdahulu yang telah diteliti, penelitian terkait dengan factor penerimaan terhadap teknologi dengan menggunakan TAM sebagai landasan teori menghasilkan temuan yang inkonsisten. Sementara itu, *e-wallet* syariah sendiri merupakan hal yang baru dalam dunia ekonomi digital khususnya di Indonesia, sehingga masi tergolong sulit untuk memastikan konsep baku yang disepakati semua pihak yang juga dapat mempengaruhi penerimaan terhadap ewallet syariah (Andriyaningtyas et al., 2022).

Dengan melalui beberapa pertimbangan yang ada melalui Berbagai penelitian telah dilakukan dalam menyelidiki perilaku konsumen terhadap niat (*intention*) dan *actual use* terhadap linkaja syariah, yang terbilang masi sangat baru di Indonesia dengan mengukur menggunakan variabel persepsi Kegunaan, Kemudahan, Kepercayaan, *Word Of Mouth*, Keamanan, dan Gaya hidup sebagai tolak ukur penggunaan linkaja syariah, dengan mengintegrasikan aspek *Technology Acceptance Model* (TAM). Kondisi tersebut melatar belakangai penelitian ini dimna peneliti ingin mengangkat judul “Determinan Penggunaan Layanan Aplikasi Pembayaran E-Wallet Linkaja Syariah (Studi Pada Generasi Milenial Yogyakarta)”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan pembayaran pada aplikasi Linkaja Syariah?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan pembayaran pada aplikasi Linkaja Syariah?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan pembayaran pada aplikasi Linkaja Syariah?
4. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan pembayaran pada aplikasi Linkaja Syariah?
5. Apakah keamanan berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan pembayaran pada aplikasi Linkaja Syariah?

6. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan pembayaran pada aplikasi Linkaja Syariah?
7. Apakah kepercayaan, *word of mouth*, keamanan, gaya hidup, dan niat dapat berpengaruh langsung terhadap *Actual Use*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan pembayaran pada aplikasi Linkaja Syariah
2. Untuk menganalisis apakah persepsi kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan pembayaran pada aplikasi Linkaja Syariah
3. Untuk menganalisis apakah kepercayaan berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan pembayaran pada aplikasi Linkaja Syariah
4. Untuk menganalisis apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan pembayaran pada aplikasi Linkaja Syariah
5. Untuk menganalisis apakah keamanan berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan pembayaran pada aplikasi Linkaja Syariah
6. Untuk menganalisis apakah gaya hidup berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan pembayaran pada aplikasi Linkaja Syariah
7. Untuk Menganalisis apakah kepercayaan, *word of mouth*, keamanan, gaya hidup, dan niat dapat berpengaruh langsung terhadap *Actual Use*

D. Manfaat Penelitian

Hal terpenting dalam sebuah penelitian adalah manfaat yang dapat dirasakan atau dapat memberikan kontribusi bagi beberapa pihak di antaranya :

1. Bagi peneliti berhadap agar dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang ilmu pengetahuan khususnya di bidang ekonomi terkait dengan alat pembayaran elektronik pada aplikasi LINKAJA SYARIAH, serta sebagai syarat untuk memperoleh gelar Megister di program Studi Megister Eknomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga.
2. Bagi perusahaan yang bersangkutan yaitu linkaja syariah, untuk dapat melakukan penyelenggarakan promosi dalam penggunaan system yang ada pada aplikasi kepada masyarakat supaya lebih banyak lagi yang mengenal dan menggunakan LINKAJA SYARIAH.
3. Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya mengenai beberapa faktor yang dapat mempengaruhi niat menggunakan layanan pembayaran elektronik khususnya LINKAJA SYARIAH

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada proposal penelitian ini meliputi deskripsi alur yang terdiri dari 5 bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan, memberikan ringkasan masalah yang memberikan analisis logis tentang kesenjangan disparitas di balik masalah serta penyebab

utama dan pentingnya studi saat ini. Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II Landasan Teori dan Kajian Pustaka, memuat uraian tentang landasan teori yang berisis teori dan konsep yang relevan dengan permasalahan, kajian pustaka yang memuat penelitian-penelitian terdahulu, serta kerangka teoritik dan pengembangan hipotesis yang digunakan sebagai landasan untuk menjelaskan fenomena berupa hubungan antar variabel/konsep.

BAB III Metode Penelitian, bab ini mencakup desain penelitian, variabel dan definisi operasional variabel, sampel dan populasi (subjek penelitian), data, sumber dan teknik pengumpulan data, instrumen, dan alat analisis untuk menguji hipotesis.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, engenalan objek atau sampel penelitian, analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan temuan penelitian disertakan dalam bab ini.

BAB V Penutup, kesimpulan, implikasi, batasan, serta saran semuanya termasuk dalam bab terakhir. Hasil analisis digunakan untuk menarik kesimpulan. Hasil penelitian digunakan untuk menghasilkan rekomendasi yang menguraikan tindakan-tindakan yang harus diambil oleh pihak-pihak yang terlibat terkait dengan temuan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji empiris dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan. *Pertama* terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi manfaat terhadap niat. Hal ini menjelaskan bahwa banyaknya manfaat yang di berikan oleh layanan aplikasi linkaja syariah dinilai cenderung meningkatkan niat milenial dalam menggunakan layanan linkaja syariah. *Kedua* persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap terhadap niat menggunakan. Hal ini membuktikan bahwa milenial akan cenderung memiliki niat apabila terdapat kemudahan dalam mengaplikasikan linkaja syariah.

Ketiga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap niat menggunakan, yang artinya bahwa niat menggunakan cenderung akan muncul apabila milenial memiliki kepercayaan tinggi terhadap aplikasi linkaja syariah baik dari segi manfaat, keamanan dan lain sebagainya. *Keempat* terdapat hubungan positif signifikan antara word of mouth terhadap niat menggunakan. Hal ini menyatakan bahwa informasi yang diberikan melalui pembicaraan langsung cenderung dapat memberi keyakinan lebih sehingga menimbulkan niat untuk menggunakan linkaja syariah. *Kelima* keamanan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan. Artinya system keamanan yang di berikan linkaja syarih

dapat mempengaruhi niat milenial ketika ingin menggunakan layanan linkaja syariah.

Keenam gaya hidup memberikan pengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan. Hal ini menjelaskan bahwa gaya hidup ditengah masyarakat milenial berkontribusi memberikan pengaruh terhadap niat menggunakan. Artinya niat menggunakan linkaja syariah akan muncul menyesuaikan dengan gaya hidup masyarakat milenial yang melek akan teknologi. *Ketujuh* Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada penggunaan nyata (actual use) layanan aplikasi linkaja syariah. Hal ini menjelaskan bahwa system yang dapat dipercaya dari segi layanan dan keamanan dapat mendukung penggunaan nyata aplikasi linkaja syariah. penjelasan ini membuktikan bahwa kepercayaan dapat berpengaruh terhadap *actual use*

Kedelapan *word of mouth* berpengaruh secara positif terhadap *actual use* linkaja syariah. Hal ini membuktikan bahwa informasi yang di melalui penyampain langsung dari teman, akan mendukung kaum milenial untuk menggunakan layanan linkaja syariah. Hal ini sejalan dengan hasil yang telah ditemukan peneliti. *Kesembilan* keamanan berpengaruh terhadap *actual use* aplikasi linkaja syariah. Nilai Hasil pengujian menunjukkan arah hubungan positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan dari pengguna aplikasi linkaja syariah khususnya milenial tertarik menggunakannya karena memiliki keamanan yang memberikan rasa aman terhadap pengguna.

Hasil uji statistic *Kesepuluh* menemukan bahwa actual use dipengaruhi secara positif signifikan oleh gaya hidup. Hasil ini menjelaskan bahwa salah satu penyebab penggunaan nyata dari aplikasi linkaja syariah di dorong oleh gaya hidup penggunanya (milenial) yang kerap kali menggunakan teknologi diaktifitasnya. Hasil uji *kesebelas* menemukan bahwa actual use di pengaruhi secara positif oleh niat menggunakan. Ketika menggunakan teknologi milenial cenderung memiliki niat di awal apakah akan menggunakan linkaja syariah atau tidak hasil ini sejalan dengan hipotesis penelitian.

B. Keterbatasan Dan Saran Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan berbagai keterbatasan di antaranya ialah keterbatasan waktu yang digunakan dan dana, sehingga penyebaran kuesioner untuk sampel sangat terbatas. Kelemahan ini menyebab tidak general dari hasil penelitian karena responden yang terbilang cukup kecil.

Dalam Hal ini penulis ingin merekomendasikan/menyarankan pada peneliti selanjutnya untuk menggunakan teori pemasaran yang lainnya yang dapat mengukur niat seseorang terhadap penerimaan teknologi seperti UTAUT atau UTAUT2 agar dapat memaksimalkan penggunaan sampel dari setiap besaran populasi yang digunakan, dengan harapan keterwakilan dari sampel mampu mewakili populasi yang digunakan pada penelitian teman-teman. Peneliti selanjutnya juga bias menambahkan atau mengganti variable independen kedalam penelitian agar dapat menemukan hasil yang lebih baik terkait penggunaan pembayaran digital syariah. Peneliti Selanjutnya Juga

Disarankan Untuk Melakukan Penelitian Pada *ewallet* syariah yang lainnya selain dari linkaja syariah sehingga dapat mengetahui tingkat penggunaan masyarakat terhadap produk ewallet syariah lainnya.

Saran bagi perusahaan linkaja syariah bahwa lebih optimal lagi dalam memasarkan produk-produk atau layanan yang terdapat pada aplikasi agar masyarakat luas lebih mengenal linkaja syaria, pengenalan tentang aplikasi perlu dilakukan melalui social media, majala, dan lain sebagainya dan perlunya melibatkan kaum-kaum muda khususnya milenial yang pada usianya saat ini sangat melek terhadap teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. M. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. adan Penerbit Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UGM.
- Achmad Fauzi, Shifa Ashila Salwa, Aniar Safitri, Eka Amelia Chiesa Julianti, & Sindy Nur Fazriyah. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 11–17. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.409>
- Adinata, K. J., & Yasa, N. N. K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Sikap Terhadap Niat Beli Kembali Di Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(8), 4153. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i08.p05>
- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan , persepsi kemudahan , manfaat , keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan Fintech. *Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 245–258. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330>
- Afandi, A., Fadhillah, A., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Social Science Research*, 1(2), 568–577.
- Afif, N., & Afdawaiza. (2023). Determinan Generasi Millennial Terhadap Minat Menggunakan Bsi Mobile Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi. *Edunomika*, 8(1), 1–13.
- Agustin, D. A., Wijaya, R. A., & Nugrahani, J. A. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Attitude Toward Using E-Wallet pada Mahasiswa Selama Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2020), 91–103 <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.186>
- Al Hilal, S. (2023). *Determinasi Minat Menggunakan E-Money pada Generasi Milenial Di Yogyakarta*. 02(04), 189–202.

- Alfarizi, M., Hanum, R. K., & Hidayat, S. A. (2021). *Optimizing the Use of Sharia Digital Transactions To Support Indonesia ' S Economic Recovery*. 6(1), 122–132. <https://doi.org/10.20473/jiet.v6.i1.25977>
- Aloggaddi, P., Prashantha, D., & Shivashankar, D. (2021). A Review of Technology Acceptance Model (TAM)-Origin, Development & Future Directions. *International Journal for Research in Engineering Application & Management (IJREAM)*, 06(12), 2454–9150.
- Amadea, A., & . I. (2022). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence, Facilities Conditions, Lifestyle Compatibility, and Perceived Trust on Intention to Use E-wallet Dana. *The International Journal of Business & Management*, 10(8), 1–11. <https://doi.org/10.24940/theijbm/2022/v10/i8/bm2208-002>
- Amalia, R. D., & Purwantini, A. H. (2021). Investigasi Niat Penggunaan Financial Technology Payment Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 19(1), 35–47.
- Amalia, R., & Setyono, J. (2023). Determinants Of Hajj Saving Intention At Bank Syariah Indonesia. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 4(1), 35–50. <https://doi.org/10.46367/jps.v4i1.1035>
- Amrita, N. D. A., Supartha, I. W. G., Giantari, I. G. A. K., & Ekawati, N. W. (2023). *Niat Menggunakan E-money Berlandaskan Tri Kaya Parisudha: Konsep Dan Aplikasi*. CV Intelektual Manifes Media. https://www.google.as/books/edition/NIAT_MENGGUNAKAN_E_MONEY_BERLANDASKAN_TR/LJS0EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=niat+mengunakan+adalah&pg=PA24&printsec=frontcover
- Ananda, P., & Nuriyah, A. (2023). Determinan Minat Generasi Milenial Pada Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Layanan Syariah Linkaja. *Journal of Sharia Economics*, 4(1), 53–66. <https://doi.org/10.22373/jose.v4i1.2642>
- 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>

- Andy, R., Dewi, A. C., & As'adi, M. (2021). An Empirical Study to Validate The Technology Acceptance Model (TAM) In Evaluating “Desa Digital” Applications. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1125(1), 012055. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/1125/1/012055>
- Anggreini, D. U., & Qomar, M. N. (2021). Fenomena Penggunaan Uang Elektronik bagi Konsumen Muslim. *Jihbiz Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 173–188. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v5i2.874>
- Anshori, M. Y., Karya, D. F., & Gita, M. N. (2022). Study on the Reuse Intention of E-Commerce Platform Applications: Security, Privacy, Perceived Value, and Trust. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 15(1), 13–24. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i1.34923>
- Anwar, R. N., & Afifah, A. (2018). Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen*, 9(1), 46. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v9i1.1316>
- Araffi, M., & Haryono, S. (2022). Peran Religiusitas dalam Memoderasi Persepsi, Preferensi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 461. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.431>
- Asbar, Y. (2015). Analysis Of The Effect Of Perceived Of Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Lifestyle And Attitudes Toward On Credit Card Usage. *Economic And Busines*, 603–613.
- Asep Hermawan. (2005). *Penelitian Bisnis Pradigma Kuantitatif* (Abubakar Arif & Wibowo (ed.)). https://www.google.as/books/edition/Penelitian_Bisnis_Paragidma_Kuantitatif/XOytduwzBzAC?hl=en&gbpv=1&dq=jenis+data+primer&pg=PA168&printsec=frontcover
- Asmara, E., & Ratmono, D. (2021). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use On Attitudes and Interest in Using Regional Financial Management Information Systems. *Iapa Proceedings Conference*, 2, 134.

<https://doi.org/10.30589/proceedings.2021.521>

- Ayu Anjani, T. (2020). *Use and Attitudes on Behavior in E-Commerce Based*. 4.
- Azizah, A. H. (2018). Analisis Faktor Kepercayaan Terhadap Teknologi Pada Keinginan Masyarakat Dalam Mengadopsi E-Voting. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 4(2), 109–115. <https://doi.org/10.33197/jitter.vol4.iss2.2018.156>
- Azizah, B. P., & Udayana, I. B. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen "E M O R,"* 6(1), 88. <https://doi.org/10.32529/jim.v6i1.1504>
- Azizah, N. N., & Mas'ud, F. (2022). Factor Analysis on Layanan Syariah Linkaja Usage Decision. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 18(2), 60–69. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v18i2.39337>
- Bagozzi, R. P., & Dholakia, U. (1999). Goal Setting and Goal Striving in Consumer Behavior. *Journal of Marketing*, 63(4_suppl1), 19–32. <https://doi.org/10.1177/00222429990634s104>
- Bank Indonesia. (2023a). *Kejahatan Keuangan Dalam Pembayaran Digital*. <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Kejahatan-Kuangan-Dalam-Pembayaran-Digital.aspx>
- Bank Indonesia. (2023b). *Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah*. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>
- Baškarada, S., & Koronios, A. (2018). A philosophical discussion of qualitative, quantitative, and mixed methods research in social science. *Qualitative Research Journal*, 18(1), 2–21. <https://doi.org/10.1108/QRJ-D-17-00042>
- Basri, N. A. H., Ahmad, R., Anuar, F. I., & Ismail, K. A. (2016). Effect of Word of Mouth Communication on Consumer Purchase Decision: Malay Upscale Restaurant. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 324–331. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.175>
- Bayarind. (2023). *Pengertian Sistem Pembayaran Digital dan Beragam Jenisnya*. <https://www.bayarind.id/news/pengertian-sistem-pembayaran-digital-dan-beragam-jenisnya>
- Bear, T. M., Merranko, J., & Rosen, D. (2020). How psychosocial well-being and

- usage amount predict inaccuracies in retrospective estimates of digital technology use. *Journal Mobile Media & Communication*, 1–21. <https://doi.org/10.1177/2050157920902830>
- Blomqvist, K. (1997). The many faces of trust. *Scandinavian Journal of Management*, 13(3), 271–286. [https://doi.org/10.1016/S0956-5221\(97\)84644-1](https://doi.org/10.1016/S0956-5221(97)84644-1)
- Cohen, J. (2013). Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences. In *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Dandy Prasetyo. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Kepercayaan Keamanan Dan Resiko Terhadap Minat Berdonasi Generasi Milenial Menggunakan Platfhrom E-walet*.
- Darmawan, P. F., Pradnyana, I. made A., & Divayana, G. H. (2019). Analisis Penerimaan Pengguna Aplikasi Cerdas Layanan Perizinan Terpadu Untuk Publik (Sicantik) Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (Dpmpptsp) Menggunakan Pendekatan Utaut. *KARMAPATI*, 8(2), 379. <https://doi.org/10.23887/karmapati.v8i2.18372>
- Databoks. (2023a). *E-Wallet, Metode Pembayaran Digital yang Paling Banyak Digunakan Warga RI saat Belanja Online*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/20/e-wallet-metode-pembayaran-digital-yang-paling-banyak-digunakan-warga-ri-saat-belanja-online>
- Databoks. (2023b). *Survei Pengguna Dompot Digital: Gopay dan OVO Bersaing Ketat*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/25/survei-pengguna-dompot-digital-gopay-dan-ovo-bersaing-ketat>
- Databox. (2021). *Jumlah Penduduk Yogyakarta Menurut Agama/Kepercayaan*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/17/sebanyak-9287-penduduk-yogyakarta-beragama-islam-pada-juni-2021>
- DataIndonesia.id. (2023). *Jumlah Pengguna internet di Dunia Mencapai 5,3 Miliar pada 2022*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/jumlah-pengguna-internet-di-dunia-mencapai-53-miliar-pada-2022>

- Daulay, R., & Handayani, S. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian terhadap Minat Belanja Online melalui Aplikasi Lazada. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 478–486. <https://ceredindonesia.or.id/index.php/sintesa/article/view/347>
- David Gefen, & Straub, D. (2000). The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of E-Commerce Adoption. *Journal of the Association for Information Systems*, 1(1), 1–30. <https://doi.org/10.17705/1jais.00008>
- Davis, F. D. (1989a). 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. (1989b). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13, 319–340. <https://www.jstor.org/stable/249008>
- Davis, F. D. (1993). User Acceptance Of Information Technologi: System Characteristics, User Perceptions And Behavioral Impacts. *International Journal of Man-Machine Studies*, 38, 475–487. <https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/30954/0000626.pdf;jsessionid=76EA386F3938AC9CC2672225D92E24E6?sequence=1>
- Dewi, N. M. P., & Aksari, N. M. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Perceived Benefit, Dan Perceived Risk Terhadap Niat Menggunakan Kartu Kredit Di Indonesia. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6598–6617.
- Dwyarthi, N. D. M. S., Tamara, S. Y., Anggarawati, S., Trinanda, O., Gemilang, F. A., Sulaeman, M. M., Sarjana, S., Utama, S. P., Mulyana, M., Verawaty, Butarbutar, D. J. A., Hadawiah, A. M. U., Lestari, N. I., & Anggara, F. S. A. (2022). *Perilaku Konsumen*. PT Global Eksekutif Teknologi Anggota IKAPI. https://www.google.as/books/edition/Perilaku_Konsumen/cPt7EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=perilaku+konsumen+dalam+islam&pg=PA179&printsec=frontcover
- Efron, B., & Tibshirani, R. J. (1998). *An Introduction to the Bootstrap*. CRC press LCC.

- Evi, T., & Rachbini, W. (2022). *Partial Least Squares (Teori Dan Praktek)*. 1–23.
- Fahlevi, P., & Dewi, A. O. P. (2019). Analisis Aplikasi Ijateng Dengan Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), 103–111.
- Fajar Nuraini. (2022). *Dasar-Dasar Riset Analisis Data Pemasaran*. https://www.google.as/books/edition/Dasar_dasar_Riset_dan_Analisis_Data_Pema/PuqoEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=apa+itu++populasi&pg=PA60&printsec=frontcover
- Farzin, M., Sadeghi, M., Yahyayi Kharkeshi, F., Ruholahpur, H., & Fattahi, M. (2021). Extending UTAUT2 in M-banking adoption and actual use behavior: Does WOM communication matter? *Asian Journal of Economics and Banking*, 5(2), 136–157. <https://doi.org/10.1108/ajeb-10-2020-0085>
- Fatimah, S., Maulidya, O., Putri, P., Ekonomi, P., Universitas, S., Negeri, I., Malik, M., & Malang, I. (2023). Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1–1. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.6824>
- Fishbein, M. (2008). A reasoned action approach to health promotion. *Medical Decision Making*, 28(6), 834–844. <https://doi.org/10.1177/0272989X08326092>
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan ...*, 9(2), 183–192. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1329%0Ahttps://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/download/1329/1138>
- Fitriani Latief, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Akuntansi Manajemen*, 3.
- Foster, B., Sukono, & Johansyah, M. D. (2022). Analysis of the effect of financial literacy, practicality and consumer lifestyle on the use of chip-based electronic money using sem. *Sustainability (Switzerland)*, 14(1). <https://doi.org/10.3390/su14010032>

- George Noveril Hibur, Ronald P.C. Fanggidae, Merlyn Kurniawati, Y. R. B. (2020). *Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Minat Beli Di Marketplace Facebook (Studi Pada Generasi Milenial Di Kota Kupang)*. 169–187.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*.
- Goodstats. (2023). *Kota-Kota Pilihan Masyarakat Indonesia 2023*. <https://goodstats.id/infographic/kota-pilihan-masyarakat-indonesia-untuk-menempuh-pendidikan-di-tahun-2023-rbiCl>
- Gultom, F. A., Kadir, R., & Baumassepe, A. N. (2022). The Influence of Security Perception , Ease of Use on Buying Interest Through Trust as an Intervening Variable (Case Study of E-Commerce Lazada in Makassar City). *Global Scientific JOURNALS*, 10(1), 546–562. <file:///C:/Users/User/Downloads/1352-Article Text-3590-2-10-20210606.pdf>
- Gusni, G., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Attitude dan Actual Usage Go-Pay. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 22–33. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i1.3892>
- Habibi, C., & Fauzan, M. (2023). Analisis perilaku penggunaan e-wallet aplikasi OVO terhadap perspektif pelajar tingkat sekolah menengah atas di Lembang menggunakan technology acceptance model (TAM). *Nuansa Informatika : Jurnal Teknologi Dan Informasi*, 17(1), 42–56. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ilkom>
- Hair, J., Black, W., B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis*. Gramedia Pustaka.
- Hamid, S. R., & Anwar, S. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hampton-Sosa, W., & Koufaris, M. (2005). The effect of Web site perceptions on initial trust in the owner company. *International Journal of Electronic Commerce*, 10(1), 55–81. <https://doi.org/10.1080/10864415.2005.11043965>
- Hancock, D., & Humphrey, D. B. (1997). Payment transactions, instruments, and

- systems: A survey. *Journal of Banking and Finance*, 21(11–12), 1573–1624. [https://doi.org/10.1016/S0378-4266\(97\)00046-0](https://doi.org/10.1016/S0378-4266(97)00046-0)
- Hasanah, U., Rusydi, M., Maulana, C. Z., Maftukhatushalikhah, M., & Azwari, P. C. (2021). Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) pada Layanan Syariah LinkAja. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 93–107. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8410>
- Hasyim, F., Rya Addela, & Novia Gita Rahmawati. (2023). Pendekatan TAM dalam Menilai Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah pada Masyarakat Surakarta. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(1), 88–100. <https://doi.org/10.28918/velocity.v3i1.7059>
- Hendra Prasetya, S. E. P. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Risiko Pada Minat Penggunaan E-Money Di Surabaya. *Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 17.
- Hikmah, A., & Unggul, U. E. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Dompot Digital DANA RA Nurlinda. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 1(4), 181–202. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i4.1433>
- Holden, R. J., & Karsh, B. T. (2010). The Technology Acceptance Model: Its past and its future in health care. *Journal of Biomedical Informatics*, 43(1), 159–172. <https://doi.org/10.1016/j.jbi.2009.07.002>
- Holt, D. B. (1997). Poststructuralist lifestyle analysis: Conceptualizing the social patterning of consumption in postmodernity. *Journal of Consumer Research*, 23(4), 326–350. <https://doi.org/10.1086/209487>
- Huang, P., Lurie, N. H., & Mitra, S. (2009). Searching for experience on the web: An empirical examination of consumer behavior for search and experience goods. *Journal of Marketing*, 73(2), 55–69. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.2.55>
- Indah, M., & Agustin, H. (2019). Penerapan Model Utaut (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Untuk Memahami Niat Dan Perilaku

- Aktual Pengguna Go-Pay Di Kota Padang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(4), 1949–1967. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i4.188>
- Indonesia.id, D. (2022). *Transaksi Digital, Konsumen Pilih E-Wallet atau Mobile Banking?* <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/transaksi-digital-konsumen-pilih-ewallet-atau-mobile-banking>
- Intan, E. M., & Setyono, J. (2023). *Determinan Nilai Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Positive Wom Pada Pengguna Shopee Di*. 20(1). <https://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/10109/4931>
- Ishmah, N., Azizah, L. R., & Ahyanoor, M. H. (2019). *Antologi Pustakawan*.
- Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Jamin. (2022). Analisis Akad dalam Layanan Linkaja Syariah. *Jurnal As Syar'e Jurnal Syari'ah & Hukum*, 1(1), 30–50. <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/as/article/view/421>
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru. *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Kadarusman, Maria Evi, & Deccasari, D. D. (2019). Cinta Merek Sebagai Mediasi Antara Kepercayaan Merek, Gairah Merek Dan Niat Beli Kembali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 92–105. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i2.3466>
- Kalayou, M. H., Endehabtu, B. F., & Tilahun, B. (2020). The applicability of the modified technology acceptance model (Tam) on the sustainable adoption of ehealth systems in resource-limited settings. *Journal of Multidisciplinary Healthcare*, 13, 1827–1837. <https://doi.org/10.2147/JMDH.S284973>
- Kholid, E. D. S. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Pt Bank Bni Syariah Kcp Magelang. *Sains Ekonomi Dan*

Perbankan Syariah, 8.

- Kim, J., & Lee, K. H. (2018). Influences of motivations and lifestyles on intentions to use smartphone applications. *International Journal of Advertising*, 37(3), 385–401. <https://doi.org/10.1080/02650487.2016.1246510>
- Kline, R. B. (2016). Principles And Practice Of Structural Equation Modeling. In T. D. Little (Ed.), *The Guilford Press* (p. 16). https://www.researchgate.net/profile/Cahyono-St/publication/361910413_Principles_and_Practice_of_Structural_Equation_Modeling/links/62cc4f0ed7bd92231faa4db1/Principles-and-Practice-of-Structural-Equation-Modeling.pdf
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008a). *Manajemen Pemasaran*. PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008b). *Manajemen Pemasaran*. PT Gelora Aksara Pratama.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Kurniawan, H. (2011). *PARTIAL LEAST SQUARE (PLS) SEBAGAI METODE ALTERNATIF SEM BERBASIS VARIANS (LISREL) DALAM EKSPLORASI DATA SURVEY DAN DATA MINING*.
- Lai, P. (2017). The Literature Review Of Technology Adoption Models And Theories For The Novelty Technology. *Of Information Systems and Technology Management*, 14.
- Lee, Y., Kozar, K. A., & Larsen, K. R. T. (2003). The Technology Acceptance Model: Past, Present, and Future. *Communications of the Association for Information Systems*, 12(March). <https://doi.org/10.17705/1cais.01250>
- Legris, P., Ingham, J., & Collette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information and Management*, 40(3), 191–204.

[https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00143-4](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00143-4)

- Lien, C. H., Wu, J. J., Hsu, M. K., & Wang, S. W. (2018). Positive moods and word-of-mouth in the banking industry: A moderated mediation model of perceived value and relational benefits. *International Journal of Bank Marketing*, 36(4), 764–783. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2017-0097>
- Linkaja. (2023). *LinkAja Luncurkan Layanan Syariah Pertama Di Indonesia*. <https://www.linkaja.id/artikel/linkaja-luncurkan-layanan-syariah-pertama-di-indonesia>
- Listiawati, N. (2019). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet. *Ekonomi & Bisnis*, 18.
- Mahmudah, & Rahmatika. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah Bri Kc Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 419–441. <http://103.114.35.30/index.php/Mas/article/view/6989>
- Maisyarah, A., & Nurwahidin. (2022). *Pandangan Islam Tentang Gaya Hidup Frugal Living*. 4(2).
- Majeed, A., Sair, S. A., RAHI, S., & Hafaz, A. (2023). Influence of Electronic Word Of Mouth (E-WOM) on Purchase Intention of Mobile Phones through Information Quality: Empirical Evidence from Pakistan. *International Journal of Business Information Systems*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.1504/ijbis.2020.10034026>
- Mala Kresisiana Utami. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Linkaja Dengan Kemudahan Sebagai Variable Mediasi. *Manajemen Kesatuan*, 9.
- Maulida, S. M., Fauzi, A., & Mardi. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech) Payment Linkaja Syariah. *Indonesian Journal of Economy*, 1(3), 233–244.

- McKnight, D. H., & Chervany, N. L. (2000). What is Trust? A Conceptual Analysis and an Interdisciplinary Model. *Proceedings of the 2000 Americas Conference on Information Systems AMCI2000 AIS Long Beach CA August 2000*, 346, 382. <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1876&context=amcis2000>
- Meilysianawati, V., Malang, U. N., Utomo, S. H., & Malang, U. N. (2022). *Effect of Transaction Security , Reputation , Legality and Ease of Use of Digital Payments*. 18(02). <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jeb/article/view/9613/pdf>
- Mont, O., Neuvonen, A., & Lahteenoja, S. (2014). Sustainable lifestyles 2050: Stakeholder visions, emerging practices and future research. *Journal of Cleaner Production*, 63, 24–32. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.09.007>
- Mufidah, Z. A., & Kurniawan, R. R. (2022). Electronic Money Sebagai Alat Transaksi Dalam Pandangan Islam. *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, x.
- 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>
- Musanna, K., Sholihin, R., & Sari, M. (2022). Penggunaan E-Wallet Ovo Perspektif Ulama Syafi'iyah. *Asy-Syari'ah*, 24(1), 109–120. <https://doi.org/10.15575/as.v24i1.18073>
- Muthi'ah, F., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Literasi, Kegunaan, dan Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompot Digital Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.4050>
- Nazar, M. R., Ariani, I., Natania, L. P., & Al-fikri, D. T. (2023). Pengaruh Era Digital terhadap Dunia Akuntansi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 375–380. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/5305>
- Ningsih, S., Dukalang, H., & Arsa, A. (2021). Pemodelan Structural Equation Model Partial Least Square (Sem-Pls) Pada Minat Bertransaksi

- Menggunakan Aplikasi Ovo. *Jambura Journal Of Probability And Statistics*, 2(May), 1–8.
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 928. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.569>
- Nugroho, A. D., Damayanti, M., Ganinda, F. P., & Hidayatulloh, A. (2019). Peran Word Of Mouth Dalam Aktivitas Social Commerce. *Sains Mnajemen*, 5(2), 120–136.
- Nuha, U., Qomar, M. N., & Maulana, R. A. (2020). Perlukah E-Wallet Berbasis Syariah? *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.21043/malia.v4i1.8449>
- Nur Rezki Larasati, Jeni Kamase, A. A. (2021). Pengaruh Harga Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Minat Bertransaksi Ulang Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Magister Manajemen Angkatan 48 Pascasarjana Universitas Muslim Indonesia. *Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, 8.
- Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, & Tri Ari Prabowo. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 317–328. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3000>
- Olumide, D. (2016). Technology Acceptance Model as a predictor of using information system' to acquire information literacy skills. *Library Philosophy and Practice*, 1450(e-journal), 1–28. <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1450>
- Özdemir, A., Tozlu, E., Şen, E., & Ateşoğlu, H. (2016). Analyses of Word-of-mouth Communication and its Effect on Students' University Preferences. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235(October), 22–35. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.022>
- Park, E. J., Kim, E. Y., & Forney, J. C. (2006). A structural model of fashion-

- oriented impulse buying behavior. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10(4), 433–446. <https://doi.org/10.1108/13612020610701965>
- Paulus, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Kalangan Generasi Millennial. *Journal Business Administration ...*, 1(2), 1–23. <https://talenta.usu.ac.id/jba/article/view/11217%0Ahttps://talenta.usu.ac.id/jba/article/download/11217/5998>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Paypal. (2023). *Social Commerce As a Driver of Digital Payments Asia Report*. 5. <https://www.paypalobjects.com/digitalassets/c/website/marketing/global/stories/images/paypal-asia-social-commerce-report.pdf>
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 31–40. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i1.1094>
- Plummer, J. T. (1974). Life of Concept and Application Style Segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33–37. http://www.jstor.org/stable/1250164?seq=1#page_scan_tab_contents
- Prena, G. Das, & Dewi, N. K. S. G. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 22(2), 142–155. <https://doi.org/10.22225/we.22.2.2023.142-155>
- Purba, M., Samsir, & Arifin, K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali aplikasi ovo pada mahasiswa pascasarjana universitas riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(1), 151–170. <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788>

- Purwati, A. A., Yusrizal, Y., & Ramadhani, I. C. (2019). Pengaruh Life Style, Kualitas Produk dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 22–36. <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.652>
- Putra Brahmanta, N. I. K. W. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopeepay Di Surabaya. *Sains Manajemen*, 7(2), 97–108. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.3580>
- Putri, M. T., Hatta, A. J., & Indraswon, C. (2023). Analisis Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Risiko Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. *Ekonomi Dan Bisnis*, 17(3), 211–221. <https://doi.org/https://doi.org/10.53916/jeb.v17i3.73>
- Putri, R. R. S., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Penggunaan Teknologi Marketplace dengan Attitude sebagai Variabel Intervening. *Jurnal ILMU Manajemen*, 9(2). <https://doi.org/10.26905/jtmi.v7i1.5942>
- Putritama, A. (2021). Manfaat Dan Risiko Yang Mempengaruhi Kelanjutan Niat Penggunaan Fintech Pembayaran Seluler. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10(2), 214–227. <https://doi.org/10.21831/nominal.v10i2.38393>
- Quin Seng, W., & Choon Hee, O. (2021). Factors Influencing the Intention to Use E-Wallet: An Extended Hedonic-Motivation System Adoption Model. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(11). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i11/11379>
- Rachmasari, A., Fadah, I., & Hanim, A. (2023). Pengaruh Religiusitas, Faktor Sosial Ekonomi, Dan Faktor Teknologi Terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah Pada Generasi Z Di Kabupaten Bondowoso. *Ijabah*, 1(1), 57–70. <https://doi.org/10.19184/ijabah.v1i1.295>
- Rachmawati, D. A., & Trisnarningsih, S. (2023). *Pengaruh Efektivitas , Manfaat dan Gaya Hidup terhadap Minat Penggunaan E-Wallet pada Kalangan*

- Mahasiswa Akuntansi UPN “ Veteran ” Jawa Timur dengan Pendekatan Technology Acceptance Model Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. 6(2), 2762–2773. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4267>*
- Rahayu, F. Q. P., & Nashirudin, M. (2023). Analisis Aplikasi “Layanan Syariah Linkaja” Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI no. 116/DSN-MUI/ix/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah dan Masalah Mursalah. *Journal on Education, 5(2), 5473–5482. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.1299>*
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, 8(2), 274–284. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>*
- Rahmatulloh, F. M., Rohmatiah, A., & Warnaningtyas, H. (2022). Pengaruh Financial literacy, Digital marketing Dan Word of mouth Terhadap Minat Menggunakan Internet banking Pada Nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kc Ponorogo Selama Pandemi Covid-19. *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi, 11(1), 128–138. <https://doi.org/10.33319/jeko.v11i1.111>*
- Ramli, M. M. Y., Hariani, S., Hamzah, A. P., & Usman, F. (2020). the Implication of Features and Trust That Influence the Intention To Use the Digital Payment Application. *South East Asian Journal of Contemporary Business, Economics and Law (Seajbel), 22(1), 105–113. https://seajbel.com/wp-content/uploads/2020/10/SEAJBEL22_224.pdf*
- Rattanaburi, K., & Vongurai, R. (2021). Factors Influencing Actual Usage of Mobile Shopping Applications: Generation Y in Thailand. *Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8(1), 901–913. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.901>*
- Resa, N. A., & Andjarwati, A. lestari. (2019). Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Journal UAJY, 7, 1–9.*
- Revilia, D., & Irwansyah, N. (2020). Social Media Literacy: Millennial’s Perspective of Security and Privacy Awareness. *Jurnal Penelitian*

Komunikasi Dan Opini Publik, 24(1), 1–15.
<https://doi.org/10.33299/jpkop.24.1.2375>

- Riski Rosdiana, I. A. H. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*, 2.
- Rizky, M., Fachruddin, I., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Era New Normal Di Surabaya. *Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 3(November), 1–10.
- Rohman, A. N., Mukhsin, M., & Ganika, G. (2023). Penggunaan Technology Acceptance Model Dalam Analisis Actual Use Penggunaan E – Commerce Tokopedia Indonesia Use of the Technology Acceptance Model in Analyzing Actual Use of E - Commerce Tokopedia Indonesia. *JEMAK-BD \ Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, 2(1), 25–36.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 3.
- Rusbianti, Meyta Amelia; Canggih, C. (2023). E-Wallet dan Perilaku Konsumsi Islam (Studi Pada Masyarakat Kota Surabaya). *Junral Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 516–524. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie> Jurnal
- Saadé, R., & Bahli, B. (2005). The impact of cognitive absorption on perceived usefulness and perceived ease of use in on-line learning: An extension of the technology acceptance model. *Information and Management*, 42(2), 317–327. <https://doi.org/10.1016/j.im.2003.12.013>
- Saintz, J. (2019). Analisa Pengaruh Initial Trust Terhadap Actual Usage Melalui Behavioral Intention Dalam Aplikasi Digital Payment OVO. *Strategi Pemasaran*, 6(1), 1–9.
- Sari, M. R., & Astuti, M. (2021). The Influence of Word of Mouth, Competitive Advantage and Brand Image on the Decision to Use Expeditionary Services. *Academia Open*, 5, 1–12. <https://doi.org/10.21070/acopen.5.2021.2378>
- Seetharaman, A., & Raj, J. R. (2009). Evolution, Development and Growth of

- Electronic Money. *International Journal of E-Adoption (IJEa)*, 1(1), 76–94.
<https://doi.org/10.4018/jea.2009010106>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017a). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Penerbit Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017b). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Setyono, J. (2021). *Determinan Niat Menggunakan Digital Banking Perbankan Syariah: Pengembangan Unified Theory Of Acceptance And Use Tecnology 2 (UTAT2)*. Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga.
- Setyono, J. (2022). Intention to Use Islamic Mobile Banking: Integration of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior with Trust. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 13(2), 127–142.
<https://doi.org/10.18326/muqtasid.v13i2.127-142>
- Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: An empirical investigation. *International Journal of Information Management*, 44(September 2018), 65–75. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.013>
- Shaw, N., & Sergueeva, K. (2019). The non-monetary benefits of mobile commerce: Extending UTAUT2 with perceived value. *International Journal of Information Management*, 45(December 2017), 44–55.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.024>
- Sinuraya, E. J., Sulistio, T., & Desta, A. (2021). The Influence of Word of Mouth (WOM) and Price Towards The Decision for Attending College at XY School of Tourism. *Enrichment: Journal of Management*, 11(2), 320–325.
<https://enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/view/96>
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., & Sabol, B. (2002). Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges. *Journal of Marketing*, 66(1), 15–37.
<https://doi.org/10.1509/jmkg.66.1.15.18449>
- Sobel, M. E. (2013). *Lifestyle And Social Structure*. Academic Press INC.
<https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=NnaLBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=lifestyle+is+a+pattern+of+life+that+is+expressed+in+activiti>

es+interests+and+opinions+so+that+it+becomes+a+routine&ots=zyagRwhg
YK&sig=QcTzr04i7oFZIwaRVIXH1Mw1Lw&redir_esc=y#v=one

- Sudyasjayanti, C., & Salsabil, S. (2020). Manfaat Dan Kemudahan Yang Dirasakan Terhadap Niat Menggunakan Go Pay Pada Generasi Y Di Surabaya. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 310. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8225>
- Suharyono, S. (2018). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 1–17. <https://doi.org/10.29300/aij.v4i2.1216>
- Thamrin, P. B., & Hasyim, I. (2023). Pengaruh Word of Mouth dan Personal Selling terhadap Niat pakai melalui Brand Image (Studi Kasus pada Bank Digital Jenius). *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(2), 266–280. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i2.274>
- Trenggonowati, D. L., & Kulsum, K. (2018). Analisis Faktor Optimalisasi Golden Age Anak Usia Dini Studi Kasus Di Kota Cilegon. *Journal Industrial Servicess*, 4(1), 48–56. <https://doi.org/10.36055/jiss.v4i1.4088>
- Tyas, R. W., & Azizah, N. (2022). Analisa Kepuasan Pengguna Dompot Digital DANA Melalui Continuance Use Intention Dengan Expectation Confirmation Model. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(2), 126–140. <https://doi.org/10.30630/jipb.v0i0.772>
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, DAN Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 21, 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Usman, H., Tjiptoherijanto, P., Balqiah, T. E., & Agung, I. G. N. (2017). The role of religious norms, trust, importance of attributes and information sources in the relationship between religiosity and selection of the Islamic bank. *Journal of Islamic Marketing*, 8(2), 158–186. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2015-0004>
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma*

- (*Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*), 01, 79–93.
<http://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/694%0Ahttp://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/download/694/265>
- Van Acker, V., Goodwin, P., & Witlox, F. (2016). Key research themes on travel behavior, lifestyle, and sustainable urban mobility. *International Journal of Sustainable Transportation*, 10(1), 25–32.
<https://doi.org/10.1080/15568318.2013.821003>
- W.Ramli, W. N., Abdul Halim, H. H., Ismail, N. F., & Othman, S. (2021). Penggunaan E-Wallet di Malaysia: Analisa dan Pandangan Menurut Perspektif Syariah. *Al-Qanatir: International Journal of Islamic Studies*, 23(2), 44–54. <http://www.al-qanatir.com/aq/article/view/357>
- Wahyuni, U. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Provinsi Jambi. *Photosynthetica*, 2(1), 1–13. <https://repository.unja.ac.id/37439/>
- Walsh, G., & Mitchell, V. W. (2010). The effect of consumer confusion proneness on word of mouth, trust, and customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 44(6), 838–859. <https://doi.org/10.1108/03090561011032739>
- Warstek. (2023). *Memahami Perilaku Konsumen Di Era Digital*. [https://warstek.com/memahami-perilaku-konsumen-di-era-digital/#:~:text=Perilaku konsumen di era digital yaitu suatu kebiasaan konsumen dalam,dipelajari karena mencakup seluruh individu.](https://warstek.com/memahami-perilaku-konsumen-di-era-digital/#:~:text=Perilaku%20konsumen%20di%20era%20digital%20yaitu%20suatu%20kebiasaan%20konsumen%20dalam,dipelajari%20karena%20mencakup%20seluruh%20individu.)
- Winarno, W. A., Mas'ud, I., & Palupi, T. W. (2021). Perceived Enjoyment, Application Self-efficacy, and Subjective Norms as Determinants of Behavior Intention in Using OVO Applications. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1189–1200.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1189>
- Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18.
<https://doi.org/10.3390/su13020831>
- Yani Kusumastuti, S. (2022). The Influence of Security, Easy, Benefits and

- Community Interest on The Use of Digital Payment as A Payment Tool in Jabodetabek. *Sinomics Journal/Volume*, 1(3), 377–388. <https://doi.org/10.54443/sj.v1i3.37>
- Yuan, B., & Peluso, A. M. (2021). The influence of word-of-mouth referral on consumers' purchase intention: Experimental evidence from wechat. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020645>
- Yusuf, M. Z., & Ibi Satibi. (2023). Farmers' Intention to Pay Zakat (Determinants of Agricultural Zakat in the Special Region of Yogyakarta). *Al-Muzara'Ah*, 11(1), 1–16. <https://doi.org/10.29244/jam.11.1.1-16>
- Yuwanda, T., Fadhlán, A., Bundo, M., & Crefioza, O. (2023). Strategi Marketing dalam Optimalisasi Minat Pengunjung Website caribakatmu.com dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(1), 184. <https://doi.org/10.33394/jpu.v4i1.7014>
- Zaroni, A. N. (2012). Landasan Filosofis Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam dan Konvensional. *Mazahib*, 18(2), 56–57. <http://journal.uinsi.ac.id/index.php/mazahib/article/view/110>