

**PENGARUH ETIKA KEAGAMAAN TERHADAP INTENSI  
PENGUNAAN LAYANAN BELI SEKARANG BAYAR NANTI SYARIAH  
DI KALANGAN KONSUMEN MUSLIM MAGELANG**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

**OLEH:**

**MUHAMMAD NAJIB**

**NIM: 21108030082**

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

**2025**

**PENGARUH ETIKA KEAGAMAAN TERHADAP INTENSI  
PENGUNAAN LAYANAN BELI SEKARANG BAYAR NANTI SYARIAH  
DI KALANGAN KONSUMEN MUSLIM MAGELANG**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

**OLEH:**

**MUHAMMAD NAJIB**

**NIM: 21108030082**

**PEMBIMBING:**

**RIZALDI YUSFIARTO, S.Pd., M.M.**

**NIP: 19901122 201903 1 012**

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

**2025**



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-890/Un.02/DEB/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH ETIKA KEAGAMAAN TERHADAP INTENSITAS PENGGUNAAN LAYANAN BELI SEKARANG BAYAR NANTI SYARIAH DI KALANGAN KONSUMEN MUSLIM MAGELANG

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD NAJIB  
Nomor Induk Mahasiswa : 21108030082  
Telah diujikan pada : Kamis, 05 Juni 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Rizaldi Yusfiarto, S.Pd., M.M.  
SIGNED

Valid ID: 684d17ce33b8f



Penguji I

Izra Berakon, M.Sc.  
SIGNED

Valid ID: 684cd8a01798e



Penguji II

Muhfiatun, S.E.I., M.E.I.  
SIGNED

Valid ID: 684beb452e06e



Yogyakarta, 05 Juni 2025

UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.  
SIGNED

Valid ID: 684f810562cc0

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Muhammad Najib

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

*Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Muhammad Najib  
NIM : 21108030082  
Judul Skripsi : Pengaruh Etika Keagamaan terhadap Intensi Penggunaan Layanan Beli Sekarang Bayar Nanti Syariah di Kalangan Konsumen Muslim Magelang

Sudah bisa diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sebagai bagian dari pemenuhan syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini saya mengharapkan agar skripsi di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Yogyakarta, 18 Mei 2025  
Pembimbing

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



## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Najib  
NIM : 21108030082  
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Etika Keagamaan terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Beli Sekarang Bayar Nanti Syariah di Kalangan Konsumen Muslim Magelang”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 18 Mei 2025

Penulis



Muhammad Najib  
21108030082

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Najib  
NIM : 21108030082  
Jurusan/Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

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

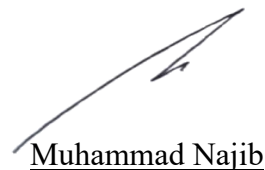
**“Pengaruh Etika Keagamaan terhadap Intensi Penggunaan Layanan Beli Sekarang Bayar Nanti Syariah di Kalangan Konsumen Muslim Magelang”**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 18 Mei 2025

Penulis



Muhammad Najib

21108030082

## HALAMAN MOTTO

**“Hari hari silih berganti segelintir kita datang dan pergi, namun hanya satu hal yang takan mati mimpi mimpi besar takan terhenti”**

**“10 Tahun di Barisan-*Over Distortion*”**



## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Alhamdulillah* puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas ahir dengan segala kekurangan. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi penerang bagi umat manusia.

Saya persembahkan skripsi ini kepada:

Kedua orang tua tercinta Bapak Suharjo dan Ibu Ida Kurniawati yang sudah menjadi sosok motivasi dan menjadi orang tua yang sangat menyayangi anaknya. Tak lupa kakak saya Muhammad Fahmi dan Arin Novia Ramadani dan semua keluarga besar simbah Soemedi.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

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

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Ṡā'	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik diatas)
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	Zā'	z	zet (dengan titik dibawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik (diatas)
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	<i>Muta'addiah</i>
عدّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

### C. Konsonan Tunggal

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

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
عَلَّة	Ditulis	<i>‘illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karamāh al-auliyyā’</i>

#### a. Vokal Pendek dan Penerapannya

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

---َ---	Fathah	ditulis	A
---ِ---	Kasrah	ditulis	i
---ُ---	Dammah	ditulis	u

فَا	Fathah	ditulis	<i>fa’ala</i>
زُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>zūkira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	ditulis	<i>yažhabu</i>



b. Vokal Panjang

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

c. Vokal Rangkap

1. Faṭḥah + yā' mati بَيْنَاكُم	Ditulis	<i>Ai</i>
	Ditulis	<i>bainakum</i>
2. Faṭḥah + wāwu mati قَوْل	Ditulis	<i>au</i>
	Ditulis	<i>qaul</i>

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

اَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
اَعِدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَا تُشْكِرُكُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

#### E. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

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

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

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

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

Ditulis menurut penulisannya

ذوئ القروض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

*Asyhadu an lâ ilâha illallâh, wa asyhadu anna muhammadar rasûlullâh*, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat- Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Etika Keagamaan terhadap Intensi Penggunaan Layanan Beli Sekarang Bayar Nanti Syariah di Kalangan Konsumen Muslim Magelang”**. Disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Jurusan Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.


Sholawat serta salam tetap tercurahkan kehadiran junjungan kita baginda Nabi Muhammad SAW, Keluarga dan para Sahabatnya. Alhamdulillah atas ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat terealisasi. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini sudah sepatutnya penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, SE., M.Si., AK., CA., ACPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Darmawan, SPd., MAB., selaku Kepala Program Studi Manajemen Keuangan Syariah.
4. Bapak Rizaldi Yusfiarto, S.Pd., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) penulis selama menjalani studi.
5. Bapak Rizaldi Yusfiarto, S.Pd., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah memberikan banyak ilmu, arahan, bimbingan, serta dukungan selama penulisan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu sepanjang perkuliahan.
7. Seluruh pegawai dan staff tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu dalam proses administrasi selama perkuliahan.

8. Orang tua yang senantiasa memberikan doa, motivasi, dan dukungan dalam menyelesaikan pendidikan penulis baik secara moril maupun materil.
9. Teman – teman kos yang selalu memberikan support selama perkuliahan dan dukungan selama perkuliahan.
10. Teman – teman kontrakan yang selalu memberikan dukungan dan terpat berbagi cerita selama perkuliahan.
11. Teman – teman Angkatan 2021 Manajemen Keuangan Syariah, dan yang memberikan *support* dan kenangan, serta menjadi teman bertumbuh Bersama selama masa kuliah.

Yogyakarta, 20 Mei 2025

Penulis



Muhammad Najib

21108030082

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xx</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xxi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1. Latar Belakang Masalah .....	1
2. Rumusan Masalah.....	11
3. Tujuan Penelitian .....	11
4. Tujuan Penelitian .....	12
5. Sistematika Pembahasan.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
A. Landasan Teori.....	15
1. <i>Islamic Consumer Behavior</i> .....	15
2. Teori <i>Perceived Risk</i> .....	16
3. Layanan <i>Paylater (Buy Now Pay Later)</i> Syariah.....	18
4. Pengetahuan Riba.....	19
5. Persepsi Risiko.....	21
6. Kepercayaan.....	22
7. Intensi untuk Menggunakan ( <i>Intention to Use</i> ) .....	23
B. Penelitian Terdahulu .....	25
C. Pengembangan Hipotesis.....	29
D. Kerangka Teoritis.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Desain Penelitian .....	38
B. Definisi Operasional Variabel.....	38
C. Lokasi dan waktu penelitian .....	41
D. Populasi dan Sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel Penelitian.....	43
E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	44
F. Teknik Analisis Data .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
B. Analisis Deskriptif.....	51
C. Analisis Kuantitatif.....	61
D. Pembahasan .....	71
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan.....	81
B. Keterbatasan Penelitian .....	83
C. Implikasi dan Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>94</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel Eksogen .....	39
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel Mediasi.....	40
Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel Endogen .....	41
Tabel 3.4. Skala Likert .....	45
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama .....	53
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	55
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	58
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	59
Tabel 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan .....	60
Tabel 4.9. Hasil Factor Loading .....	62
Tabel 4.10. Hasil Average Variance Extracted (AVE) .....	63
Tabel 4. 11. Hasil Cross Loading .....	64



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan pengguna paylater di Indonesia (2019-2023).....	2
Gambar 1.2. Durasi penggunaan paylater di Indonesia (2022).....	3
Gambar 4.1. Hasil Uji Hipotesis .....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	95
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian .....	99
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Konvergen dengan Loading Factor .....	105
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Konvergen dengan AVE .....	106
Lampiran 5. Uji Validitas Deskriminan dengan Cross Loading.....	107
Lampiran 6. Hasil Uji R-Square.....	108
Lampiran 7. Hasil Uji Q-Square .....	108
Lampiran 8. Hasil Uji Multicolleniariry.....	108
Lampiran 9. Hasil Uji Coefficients Direct Effect.....	109
Lampiran 10. Hasil Uji Coefficients Indirect Effect .....	109
Lampiran 11. CV .....	110



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan tentang riba, persepsi risiko, dan kepercayaan sebagai variabel mediasi terhadap intensi penggunaan layanan *paylater* syariah di Kabupaten Magelang. Data dikumpulkan dari 200 responden menggunakan metode *purposive sampling* dan dianalisis dengan regresi linier berganda melalui *SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan layanan *paylater* syariah, sementara pengetahuan riba berpengaruh negatif dan signifikan. Kepercayaan juga terbukti memediasi secara signifikan hubungan antara pengetahuan riba dan persepsi risiko terhadap intensi penggunaan layanan *paylater* syariah.

**Kata Kunci:** Pengetahuan Riba, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Intensi Penggunaan, *Paylater* Syariah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of knowledge about riba, perceived risk, and trust as a mediating variable on the intention to use Sharia paylater services in Magelang Regency. Data were collected from 200 respondents using purposive sampling and analyzed through multiple linear regression using SmartPLS 4.0. The results show that perceived risk and trust have a positive and significant effect on the intention to use Sharia paylater services, while knowledge about riba has a negative and significant effect. Trust is also proven to significantly mediate the relationship between knowledge of riba and perceived risk on the intention to use Sharia paylater services.*

**Keywords:** *Knowledge of Riba, Perceived Risk, Trust, Usage Intention, Sharia Paylater.*



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang Masalah**

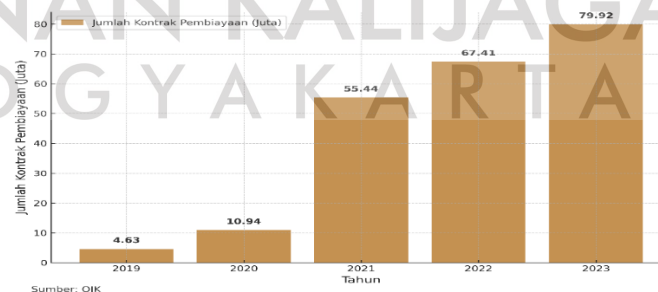
Industri keuangan telah mengalami perkembangan yang signifikan sejalan dengan pesatnya kemajuan teknologi. Transformasi ini membawa perubahan besar dalam cara uang digunakan, dari yang sebelumnya berbentuk tunai atau fisik, menjadi bentuk non-tunai yang lebih praktis dan efisien. Perubahan tersebut tidak hanya mempermudah transaksi keuangan, tetapi juga mendorong inovasi dalam berbagai layanan pembayaran berbasis digital. Istilah ini sering disebut dengan *financial technology* (Setiawan *et al.*, 2022). *Fintech* adalah hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, memungkinkan transaksi dilakukan secara jarak jauh dalam hitungan detik (Bank Indonesia, 2018).

Dalam salah satu inovasi yang diperkenalkan oleh *fintech* adalah layanan *paylater*, yang merupakan bagian tak terpisahkan dari perkembangan *peer-to-peer lending* dan industri *fintech* secara keseluruhan. *Paylater* telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan *fintech* di Indonesia, dengan semakin banyaknya *platform* yang menawarkan layanan ini (Nirmalapurie, 2020). Menurut Asosiasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), *P2P Lending* adalah praktik yang menghubungkan pihak pemberi pinjaman dengan peminjam melalui *platform* digital *online*, memungkinkan individu atau bisnis memperoleh dana tanpa melalui bank atau lembaga keuangan konvensional. Mekanisme pinjam-meminjam ini

menggunakan sistem yang disediakan oleh penyelenggara *Fintech Lending* yang dapat berupa *website* maupun aplikasi (OJK, 2023).

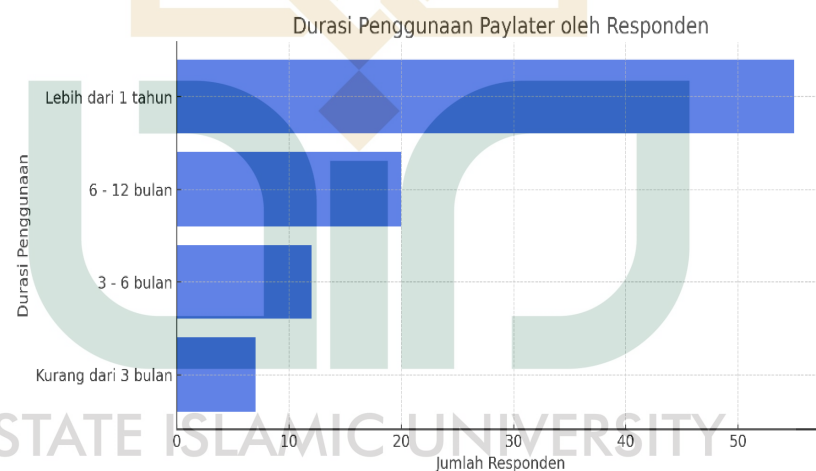
*Paylater* adalah metode pembayaran yang memungkinkan konsumen membeli barang atau jasa sekarang dan membayarnya di kemudian hari tanpa memerlukan kartu kredit. Menurut (OJK, 2023), *paylater* merujuk pada transaksi pembayaran barang dan jasa dengan fasilitas yang mirip dengan kartu kredit, namun tanpa memerlukan kartu fisik. Metode dalam *paylater* mirip dengan kartu kredit, di mana perusahaan menalangi pembayaran tagihan konsumen terlebih dahulu, kemudian konsumen melunasi tagihan tersebut kepada aplikasi penyedia layanan.

Layanan *paylater* dapat digunakan konsumen dengan syarat mengisi data pribadi, upload foto diri, serta foto KTP (Prastiwi & Fitri, 2021). Trend *paylater* terus mengalami peningkatan penggunaan selama beberapa tahun terakhir. *Paylater* berkembang pesat dan memiliki potensi yang signifikan di Indonesia. Dalam Goodstats 2024 menyatakan bahwa pengguna *paylater* di Indonesia tumbuh 17 kali lipat dalam 5 tahun terakhir (Yonatan, 2024).



Gambar 1.1. Pertumbuhan Pengguna *Paylater* di Indonesia (2019-2023)  
Sumber : (Yonatan, 2024)

Dilihat dari gambar 1.1 yang bersumber dari Yonatan (2024) menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Dimana, pada tahun 2019 pengguna sebesar 4,63 juta kontrak pembayaran kemudian pada tahun 2020 naik menjadi 10,94 juta. Kemudian mengalami peningkatan pesat pada tahun 2021 dengan 55,44 juta kontrak pembiayaan. Tahun 2022 mengalami peningkatan menjadi 67,41 juta kontrak pembiayaan dan tahun 2023 sebesar 79,92 juta pengguna kontrak pembiayaan. Peningkatan rata-rata setiap tahunnya mencapai 144,35%. Nilai tersebut bahkan digadang-gadang akan terus bertumbuh, seiring dengan naiknya permintaan terhadap penggunaan sistem ini (Yonatan, 2024).



Gambar 1.2. Durasi Penggunaan *Paylater* di Indonesia (2022)  
Sumber: (Cindy Mutia Annur, 2022)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Annur (2022), menunjukkan durasi konsumen dalam menggunakan *paylater*. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen di Indonesia menggunakan *paylater* dalam jangka waktu yang relatif panjang, yakni lebih dari satu tahun. Penggunaan yang berkelanjutan ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai mempercayai layanan *paylater*. Fitur



*paylater* menawarkan suku bunga yang relatif rendah, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan ini, seperti dalam pemesanan barang atau jasa melalui *e-commerce* (Rosyidah *et al.*, 2022). Penambahan biaya pada layanan *paylater* tidak menjadi kendala bagi pengguna, karena mereka telah mempercayai transaksi melalui *paylater* yang memiliki proses cepat serta jaminan keamanan dari OJK (Rossa & Ashfath, 2024).

Layanan *paylater* semakin populer karena kemudahannya dalam memberikan akses kredit instan tanpa kartu kredit. Namun, penggunaan *paylater* juga membawa berbagai risiko bagi konsumennya. Salah satu risiko utama adalah beban utang yang tidak terkendali, di mana pengguna cenderung berbelanja lebih dari kemampuan finansial mereka, sehingga menyebabkan kesulitan dalam membayar cicilan tepat waktu (CBNC Indonesia *Research*, 2023). Selain itu, biaya tersembunyi dan bunga juga menjadi permasalahan dalam sistem *paylater* konvensional. Meski awalnya terlihat praktis, banyak pengguna tidak menyadari adanya biaya keterlambatan dan bunga yang dapat meningkatkan jumlah pembayaran secara signifikan (Kristianto, 2022). Selain itu, risiko pencurian data dan keamanan digital juga menjadi perhatian karena layanan ini sering kali mengharuskan pengguna untuk membagikan informasi pribadi, yang berpotensi disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab (Kristianto, 2022).

Dalam menghadapi berbagai risiko yang ditimbulkan oleh layanan *paylater* konvensional, muncul alternatif berbasis prinsip syariah, yaitu *paylater* syariah. *Paylater* syariah menawarkan sistem yang lebih transparan dan sesuai

dengan prinsip Islam, yaitu: (1) tanpa riba (bunga), (2) *gharar* (ketidakpastian), dan (3) *maysir* (spekulasi). Hal ini membuatnya lebih aman dan adil bagi pengguna muslim yang ingin tetap bertransaksi sesuai dengan nilai-nilai agama (Aji *et al.*, 2024).

Berbeda dengan skema *paylater* konvensional yang menerapkan bunga dan denda keterlambatan yang tinggi, *Paylater* syariah menggunakan akad murabahah atau ijarah, di mana margin keuntungan telah disepakati di awal dan tidak berubah selama masa tenor cicilan. Selain itu, *paylater* berbasis syariah meningkatkan transparansi dan mengedepankan keadilan, sehingga pengguna lebih sadar akan kewajiban mereka tanpa adanya biaya tambahan tersembunyi (Setiawan *et al.*, 2022). Keunggulan lainnya dari layanan *paylater* syariah adalah adanya mekanisme mitigasi risiko yang lebih baik, di mana penyedia layanan umumnya menerapkan evaluasi kelayakan finansial yang lebih ketat untuk mencegah terjadinya kredit macet.

Kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan seseorang terhadap sesuatu (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021). Kepercayaan merupakan faktor utama dalam adopsi layanan keuangan berbasis Islam, karena dapat meningkatkan keyakinan pengguna dalam bertransaksi secara digital (Ali *et al.*, 2021). Penelitian Warningsih (2021) menyatakan kepercayaan berpengaruh positif terhadap *usage intention*. Setiawan *et al.*, (2022) mengungkapkan bahwa kepercayaan memiliki dampak yang signifikan terhadap niat penggunaan layanan keuangan syariah. Penelitian Lajuni *et al.*, (2017) mengungkapkan bahwa niat penggunaan layanan keuangan Islam dipengaruhi oleh faktor

kepercayaan dan pemahaman terhadap sistem syariah. Penelitian Abdullah *et al.*, (2020) mengungkapkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*.

Popularitas layanan *paylater* disebabkan oleh kemudahan yang ditawarkannya bagi pengguna yang ingin melakukan pembelian atau transaksi pembayaran tetapi belum dapat membayar secara langsung, sehingga memungkinkan mereka untuk membayar di kemudian hari atau dengan sistem cicilan (Prastiwi & Fitria, 2021). Selain itu, proses pengajuan *paylater* lebih mudah dibandingkan dengan kartu kredit (Rossa & Ashfath, 2024).

Meskipun layanan *paylater* menawarkan kemudahan dan kepraktisan, sebagian orang merasa khawatir akan ketergantungan terhadap layanan ini. Mereka takut bahwa penggunaan *paylater* yang terlalu sering dapat menyebabkan kesulitan dalam melunasi tagihan, terutama jika pembayaran tidak dilakukan tepat waktu, karena akan dikenakan denda (Suhandoyo & Abdurrahman, 2023). Risiko lain yang perlu diwaspadai adalah kemungkinan terjebak dalam utang atau cicilan jika tidak mengelola keuangan dengan baik (Siregar *et al.*, 2023). Selain faktor persepsi manfaat dan kemudahan, pertimbangan terhadap risiko juga menjadi aspek penting dalam proses adopsi teknologi (Chayomchai *et al.*, 2020).

Persepsi risiko adalah persepsi individu tentang potensi kerugian atau bahaya yang dapat terjadi dalam transaksi berbasis riba, terutama dalam layanan keuangan digital (Aji *et al.*, 2020). Situasi ini diperkirakan muncul karena adanya ketidakpastian dalam transaksi online. Pengguna cenderung mengurangi

risiko kerugian finansial dengan cara meminimalkan jumlah nilai transaksi yang dilakukan (Ahorsu *et al.*, 2022). Penelitian Raj *et al.*, (2024) menyebutkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap niat menggunakan. Penelitian Purnamasari *et al.*, (2021) menyatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Astari *et al.*, (2022) mengungkapkan bahwa persepsi risiko memiliki dampak baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dalam menggunakan serta niat perilaku untuk menggunakan. Sebaliknya, penelitian Warningsih (2021) menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan dompet digital.

Kemudahan sistem pembayaran non-tunai dan uang elektronik di Indonesia memiliki hubungan secara positif dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap riba. Hal tersebut dapat memengaruhi perilaku masyarakat untuk menghindari praktik mencurigakan terkait dengan riba (Aji *et al.*, 2020). Pengetahuan tentang riba dapat diartikan sebagai pemahaman individu mengenai adanya kelebihan dalam suatu transaksi yang bertentangan dengan prinsip syariat Islam (Antonio, 2017). Menurut Antonio (2017) riba adalah praktik keuntungan yang diperoleh melalui tambahan yang tidak sah dalam transaksi, baik dalam bentuk bunga pinjaman, kelebihan dalam jual beli, maupun ketidakadilan dalam sistem keuangan.

Mayoritas ulama membagi riba menjadi dua jenis, yaitu riba dalam jual beli dan riba dalam utang-piutang. *Paylater* merupakan layanan yang menyediakan dana talangan bagi pengguna, yang kemudian harus dikembalikan

di kemudian hari sesuai dengan syarat yang ditetapkan oleh masing-masing platform. Dalam konteks ini, *paylater* dikategorikan sebagai transaksi utang-piutang. Pada dasarnya, praktik utang-piutang tidak menimbulkan masalah, namun jika terdapat tambahan dalam proses pinjam-meminjam, maka menurut perspektif fiqh muamalah, tambahan tersebut secara tegas diklasifikasikan sebagai riba (Ulum & Asmuni, 2023).

Salah satu alasan munculnya layanan *paylater* berbasis syariah adalah kekhawatiran terhadap praktik riba dalam sistem *paylater* konvensional. Riba dapat muncul dalam bentuk tambahan atau denda atas utang yang dibayarkan melebihi pokoknya, seperti denda keterlambatan yang dikenakan dalam layanan *paylater* konvensional. Misalnya, Shopee Paylater menerapkan denda 5% dari total tagihan jika terjadi keterlambatan pembayaran, serta ancaman pembatasan akun dan pelaporan ke Biro Kredit. Praktik seperti ini dinilai tidak sesuai dengan prinsip keuangan Islam, sehingga menimbulkan kebutuhan akan layanan alternatif yang lebih sesuai secara syariah.

Penelitian Aji *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa pengetahuan umat muslim terhadap riba secara signifikan memengaruhi perilaku mereka. Penelitian Aji *et al.*, (2024) juga menyatakan bahwa pengetahuan riba berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan layanan *Paylater*. Kemudian, penelitian Aji *et al.*, (2020) menyatakan bahwa kurangnya pemahaman tentang riba dapat menciptakan persepsi yang salah tentang risiko riba, sehingga individu yang memiliki pengetahuan lebih baik cenderung lebih berhati-hati. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh (Ahmad & Zabri, 2023) menyatakan

bahwa pengetahuan tentang riba tidak berpengaruh signifikan terhadap kriteria pemilihan bank di kalangan Muslim Malaysia.

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat banyak penelitian sebelumnya yang menunjukkan hasil yang tidak konsisten mengenai pengaruh variabel pengetahuan riba, dan persepsi risiko terhadap niat menggunakan *paylater* syariah. Beberapa penelitian tentang *paylater* sudah dilakukan seperti pada penelitian Aji *et al.*, (2020) yang menggunakan variabel pengetahuan riba dan penelitian Setiawan *et al.*, (2022) yang menggunakan variabel kepercayaan. kemudian dalam penelitian Sukis Warningsih (2021) serta penelitian Purnamasari *et al.*, (2021) yang menggunakan variabel persepsi risiko. Namun, pada penelitian ini mencoba menambahkan kepercayaan sebagai variabel mediasi, dimana variabel ini masih sedikit digunakan dalam penelitian tentang *paylater* syariah. Selain itu, penelitian ini memfokuskan pada masyarakat Muslim di Magelang, yang menjadi perbedaan utama dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini dilakukan di Magelang karena wilayah ini memiliki populasi masyarakat Muslim yang cukup besar dan aktif dalam kegiatan ekonomi digital, termasuk penggunaan layanan beli sekarang bayar nanti (*Buy Now Pay Later*) berbasis syariah. Selain itu, Magelang juga mengalami perkembangan dalam adopsi teknologi keuangan syariah, namun literasi terkait etika keagamaan dalam penggunaan layanan keuangan masih beragam. Dengan demikian, Magelang menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji pengaruh etika keagamaan, khususnya pengetahuan tentang riba dan

persepsi risiko, terhadap intensitas penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* syariah di kalangan konsumen Muslim

Indikator etika keagamaan dalam penelitian ini difokuskan pada pengetahuan riba dan persepsi risiko karena keduanya merefleksikan nilai-nilai utama dalam prinsip keuangan syariah yang sangat relevan dalam konteks penggunaan layanan *paylater* syariah. Pengetahuan tentang riba mencerminkan sejauh mana individu memahami larangan bunga atau tambahan yang bersifat tidak adil dalam transaksi, sebagaimana ditegaskan dalam ajaran Islam. Semakin tinggi pengetahuan seseorang tentang riba, maka semakin besar kemungkinan ia akan menghindari praktik keuangan yang mengandung unsur tersebut, termasuk layanan *paylater* konvensional. Sementara itu, persepsi risiko mencerminkan tingkat kehati-hatian seseorang dalam menilai potensi kerugian, ketidakpastian, dan bahaya dalam transaksi digital. Dalam perspektif Islam, sikap kehati-hatian (*ikhtiyath*) sangat dianjurkan agar umat terhindar dari transaksi yang mengandung *gharar* (ketidakpastian) dan *maysir* (spekulasi). Pengetahuan riba dan persepsi risiko dipilih sebagai indikator etika keagamaan karena keduanya secara langsung berkaitan dengan pengambilan keputusan dalam memilih layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Etika Keagamaan terhadap Intensi penggunaan fitur Beli Sekarang Bayar Nanti Syariah di kalangan Konsumen Muslim Magelang”**.



## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, Adapun pokok masalah yang akan disajikan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Pengetahuan Riba berpengaruh positif terhadap Intensi Penggunaan Layanan *Paylater* Syariah?
2. Apakah Persepsi Risiko berpengaruh positif terhadap Intensi Penggunaan Layanan *Paylater* Syariah?
3. Apakah Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Intensi Penggunaan Layanan *Paylater* Syariah?
4. Apakah Kepercayaan memediasi hubungan antara Pengetahuan riba terhadap Intensi Penggunaan Layanan *Paylater* Syariah?
5. Apakah Kepercayaan memediasi hubungan antara Persepsi Risiko terhadap Intensi Penggunaan Layanan *Paylater* Syariah?

## 3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh Pengetahuan Riba terhadap Intensi Penggunaan Layanan *Paylater* Syariah.
2. Menganalisis pengaruh Persepsi Risiko terhadap Intensi Penggunaan Layanan *Paylater* Syariah.
3. Menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap Intensi Penggunaan Layanan *Paylater* Syariah.

4. Menganalisis peran Kepercayaan dalam memediasi hubungan antara Pengetahuan Riba dan Intensi Penggunaan Layanan *Paylater* Syariah.
5. Menganalisis peran Kepercayaan dalam memediasi hubungan antara Persepsi Risiko dan Intensi Penggunaan Layanan *Paylater* Syariah.

#### 4. Tujuan Penelitian

##### 1. Manfaat Teoritis

###### a. Bagi Pihak Akademisi dan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam memperkaya pengetahuan mengenai topik Pengetahuan Riba, Persepsi Risiko, terhadap intensi penggunaan layanan *Paylater* Syariah, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.

###### b. Bagi Pihak lain

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat secara umum, serta menjadi referensi bagi peneliti lain sebagai bahan perbandingan dan sumber pustaka.

##### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya teori dan konsep yang berkaitan dengan Pengetahuan Riba, Persepsi Risiko, serta kepercayaan terhadap intensi penggunaan layanan *paylater* syariah. Selain itu, diharapkan dapat memberikan wawasan baru yang lebih mendalam mengenai hubungan antara variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam merumuskan kebijakan yang mendukung perkembangan

*paylater* syariah sesuai prinsip syariah. Kebijakan yang tepat dapat memastikan layanan ini memiliki mitigasi risiko yang optimal serta meningkatkan literasi keuangan syariah, sehingga mendorong pertumbuhan industri keuangan syariah di Indonesia.

## 5. Sistematika Pembahasan

Guna menjamin keberhasilan penelitian dan mempermudah pemahaman, diperlukan penyusunan sistematika yang jelas. Oleh karena itu, penulis akan menjelaskan sistematika penulisan sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama ini berperan sebagai pendahuluan yang menguraikan latar belakang dari penggunaan fitur *beli sekarang bayar nanti (paylater)* syariah, dengan menyoroti fenomena dan realita yang terjadi di kalangan konsumen muslim. Selain itu, bab ini juga menjelaskan beberapa variabel yang diteliti, antara lain etika keagamaan yang mencakup pengetahuan riba dan persepsi risiko, intensitas penggunaan *paylater* syariah, serta kepercayaan sebagai variabel moderasi. Kemudian dilanjutkan dengan perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur pembahasan dimana ini bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini.

### BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua akan membahas landasan teori yang akan dipergunakan pada penelitian, tinjauan pustaka, pengembangan hipotesis serta kerangka pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ketiga akan membahas tentang metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti, meliputi sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik analisis data, validitas hasil temuan, dan tahapan keseluruhan penelitian.

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

Bab keempat akan membahas tentang penjelasan terkait hasil yang diperoleh dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti.

### **BAB V PENUTUP**

Bab kelima akan membahas tentang kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan, serta memberikan saran bagi penelitian selanjutnya dan memaparkan keterbatasan dari penelitian ini.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan riba berpengaruh negatif dan signifikan terhadap intensi penggunaan layanan *paylater* syariah. Dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi pengetahuan konsumen tentang riba, semakin rendah intensi mereka untuk menggunakan layanan *paylater* syariah. Hal ini, menunjukkan bahwa konsumen yang memahami konsep riba cenderung lebih berhati-hati dalam menerima label syariah pada suatu produk keuangan. Oleh karena itu, edukasi mengenai riba tetap penting agar konsumen dapat mengambil keputusan lebih selektif dan sesuai dengan prinsip syariah.

Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan layanan *paylater* syariah. Semakin tinggi kesadaran konsumen terhadap risiko layanan keuangan konvensional, semakin besar kecenderungan mereka untuk memilih layanan *paylater* berbasis syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks konsumen Muslim, persepsi risiko tidak menjadi hambatan, melainkan dorongan untuk beralih ke alternatif keuangan yang dianggap lebih aman dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Demikian pula, kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap intensi penggunaan layanan *paylater* syariah. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen dengan layanan *paylater* tersebut, semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakan. Kepercayaan ini dapat muncul karena merasa yakin bahwa

layanan tersebut sesuai dengan prinsip syariah, memberikan keamanan, dan memiliki sistem transaksi jelas.

Kepercayaan terbukti memediasi secara kompetitif hubungan antara pengetahuan riba terhadap intensi penggunaan layanan *paylater* syariah. Artinya, meskipun pengetahuan tentang riba secara langsung menurunkan niat untuk menggunakan layanan ini, kepercayaan yang tinggi terhadap kepatuhan syariah dari penyedia layanan dapat mengubah arah pengaruh tersebut menjadi positif. Dengan kata lain, kepercayaan mampu meredam pengaruh negatif dari pengetahuan riba dan bahkan mendorong konsumen untuk tetap berminat menggunakan layanan *paylater* syariah. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan memainkan peran kunci dalam membantu konsumen Muslim merasa yakin dan nyaman dalam mengambil keputusan keuangan sesuai prinsip Islam. Kepercayaan terbukti memediasi sebagian (parsial) hubungan antara persepsi risiko dan intensi penggunaan layanan *paylater* syariah. Artinya, meskipun persepsi risiko secara langsung memengaruhi niat menggunakan layanan ini, sebagian pengaruh tersebut juga disalurkan melalui kepercayaan. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan mampu memperkuat niat konsumen Muslim untuk menggunakan layanan *paylater* syariah, meskipun mereka menyadari adanya risiko. Dengan adanya kepercayaan, rasa khawatir terhadap risiko dapat ditekan, sehingga konsumen merasa lebih yakin dan terdorong untuk memilih layanan yang dianggap aman dan sesuai prinsip Islam.

## B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, salah satunya terkait dengan metode penyebaran kuesioner yang dilakukan secara daring, sehingga berpotensi menghasilkan data yang bias serta keterwakilan karakteristik demografis responden yang kurang merata. Selain itu, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yang hanya difokuskan pada konsumen Muslim yang mengenal layanan beli *paylater* berbasis syariah di wilayah Magelang. Hal ini menyebabkan hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan secara luas ke populasi yang lebih beragam. Terakhir, adanya variabel yang tidak menunjukkan pengaruh signifikan mengindikasikan kemungkinan adanya faktor-faktor lain di luar etika keagamaan yang turut memengaruhi intensitas penggunaan layanan *paylater* syariah dan perlu dikaji lebih lanjut dalam penelitian mendatang.

## C. Implikasi dan Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat beberapa implikasi yang dapat dijadikan dasar untuk perbaikan layanan *paylater* syariah, baik bagi penyedia layanan maupun konsumen.

### 1. Bagi Penyedia Layanan

Dapat meningkatkan literasi keuangan syariah bagi masyarakat. Hal ini dapat dilakukan melalui edukasi publik mengenai konsep riba, mekanisme akad syariah, dan keunggulan produk dibandingkan *paylater* konvensional. Penyedia layanan juga disarankan untuk menonjolkan aspek transparansi dalam struktur biaya dan margin keuntungan agar

menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan dari konsumen Muslim. Selain itu, peningkatan sistem keamanan data pengguna dan keandalan layanan digital harus menjadi prioritas guna memperkuat kepercayaan pengguna terhadap *platform* tersebut. Penyedia layanan juga dapat menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan karakteristik generasi pengguna yang berbeda, serta menyediakan fitur simulasi transaksi agar konsumen memahami kewajiban finansialnya secara lebih jelas.

## 2. Bagi Pemangku Kebijakan

Pemangku kebijakan seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), dan pemerintah daerah, diharapkan dapat merumuskan regulasi khusus yang mengatur layanan *paylater* syariah secara lebih komprehensif. Regulasi tersebut harus menegaskan prinsip keuangan syariah seperti transparansi, keadilan, dan bebas dari unsur riba, gharar, maupun maysir. Selain itu, pemangku kebijakan juga disarankan untuk mendorong integrasi *paylater* syariah ke dalam ekosistem keuangan syariah nasional sebagai bentuk inklusi keuangan digital yang halal. Program literasi keuangan berbasis syariah yang menasar masyarakat daerah seperti Magelang juga penting untuk ditingkatkan, agar masyarakat semakin selektif dan cerdas dalam memilih produk keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.



### 3. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Memperluas cakupan distribusi sampel, tidak terbatas pada satu wilayah kabupaten saja. Menggali faktor-faktor sosial, budaya, dan religiusitas yang memengaruhi penggunaan layanan *paylater* syariah. Mengeksplorasi bagaimana pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan digital dapat mempengaruhi persepsi risiko dan kepercayaan terhadap layanan. Pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam dengan pengguna, ulama, atau pihak penyedia layanan juga dapat digunakan untuk menggali makna etika keagamaan dalam penggunaan layanan keuangan digital secara lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ab Shatar, W. N., Hanaysha, J. R., & Tahir, P. R. (2021). Determinants of cash waqf fund collection in Malaysian Islamic banking institutions: empirical insights from employees' perspectives. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 13(2), 177–193. <https://doi.org/10.1108/IJIF-06-2020-0126>.
- Abdillah, Willy, & Jogiyanto Hartono. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : CV. Andi.
- Abdullah, N., Redzuan, F., & Aziah Daud, N. (2020). E-wallet: factors influencing user acceptance towards cashless society in Malaysia among public universities. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 20(1), 67. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v20.i1.pp67-74>.
- Abdulloh, & Akhyati, N. (2022). Riba Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Fatwa Mui. *Jurnal Kajian Agama Hukum Dan Pendidikan Islam (KAHPI)*, 4(2), 135–148.
- Afriani Nuraini. (2018). *Mengenal Lebih Jelas Bahaya Riba*. Universitas Gajah Mada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. <https://pkebs.feb.ugm.ac.id/2018/03/12/mengenal-lebih-jelas-bahaya-riba/>
- Ahmad, N., & Zabri, M. Z. M. (2023). the Curious Case of Ribā'S Muted Role in Bank Selection Criteria Among Muslims in Klang Valley, Malaysia. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 15(2), 136–158. <https://doi.org/10.55188/ijif.v15i2.546>.
- Ahorsu, D. K., Lin, C. Y., Imani, V., Saffari, M., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2022). The Ahorsu, D. K., Lin, C. Y., Imani, V., Saffari, M., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2022). The Fear of COVID-19 Scale: Development and Initial Validation. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 20(3), 1537–1545. [https://doi.org/10.10. International Journal of Mental Health and Addiction, 20\(3\), 1537–1545](https://doi.org/10.10. International Journal of Mental Health and Addiction, 20(3), 1537–1545).
- Aji, H. M., Berakon, I., & Riza, A. F. (2020). The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1180–1196. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>.

- Aji, H. M., Husin, M. M., Othman, A. K., Hidayat, A., & Wan Rashid, W. E. (2024). Religious-based ethics and buy-now-pay-later re-usage intention among Muslim consumers in Indonesia and Malaysia: a commitment-trust theory perspective. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2363441>.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN DECISION PROCESSES*, 33(1), 52–68. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>.
- Alam, M. K., & Anis, M. (2024). *Pengaruh Norma Subjektif dan Pengetahuan Yadan bi Yadin terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Digital di Indonesia Pengaruh Norma Subjektif dan Pengetahuan Yadan bi e-ISSN: 2809-8862 Yadin terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Emas p-ISSN: 2086-3. 15.*
- Ali, M., Raza, S. A., Khamis, B., Puah, C. H., & Amin, H. (2021). How perceived risk, benefit and trust determine user Fintech adoption: a new dimension for Islamic finance. *Foresight*, 23(4), 403–420. <https://doi.org/10.1108/FS-09-2020-0095>.
- Ahmad, Aliva Fatiha (2023) *Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Tentang Riba terhadap Keputusan Penggunaan Fitur Shopee Paylater : Studi kasus pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.*
- Amaliyah, E. D. E., & Nugroho, B. S. (2022). Improving Personal Financial Management through Financial Technology, Financial Capability, and Spiritual Intelligence as Intervening Variable. *Admisi Dan Bisnis*, 23(1), 57–70.
- Amin, H., Abdul-Rahman, A. R., & Razak, D. A. (2014). Theory of Islamic consumer behaviour: An empirical study of consumer behaviour of Islamic mortgage in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 5(2), 273–301. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2013-0042>.
- Antonio, M. S. (2017). *Bank Syariah*. Gema Insani.
- Ariffin, Shaizatulaqma Kamalul. (201). Influence of consumers' perceived risk on consumers' online purchase intention. *Journal of Research in Interactive Marketing Volume 12 Issue 3*.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Babin, B. J., Hair, J. F., & Boles, J. S. (2008). Publishing Research in Marketing Journals Using Structural Equation Modeling. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 16(4), 279–286. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-667916040>.

- Bendixen, M., & Gault, G. (1995). Consumer evaluation of perceived risks for goods and services. *South African Journal of Business Management*, 26(3), 81–89. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v26i3.827>.
- Cahyati, Ni Made Riska Dwi., & Mandala, Kastawan. Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Website E-Commerce Terhadap Persepsi Risiko Konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, [S.l.], v. 6, n. 2, p. 697 - 720, feb. 2017. ISSN 2302-8912.
- Chayomchai, A., Phonsiri, W., Junjit, A., Boongapim, R., & Suwannaputit, U. (2020). Factors affecting acceptance and use of online technology in Thai people during COVID-19 quarantine time. *Management Science Letters*, 3009–3016. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.5.024>.
- Cindy Mutia Annur. (2022). *Paylater Kian Populer, Mayoritas Konsumen Sudah Gunakan Paylater Lebih dari Setahun*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/4b58aadf372d59d/paylater-kian-populer-mayoritas-konsumen-sudah-gunakan-paylater-lebih-dari-setahun>,
- Dakwah, M. (2021). *Apa Bedanya Paylater di Konvensional dan Syariah*. Media Dakwah. [https://mediadakwah.id/apa-bedanya-paylater-di-konvensional-dan-syariah/?utm\\_source=chatgpt.com](https://mediadakwah.id/apa-bedanya-paylater-di-konvensional-dan-syariah/?utm_source=chatgpt.com).
- Dinev, T., & Hart, P. J. (2006). *An Extended Privacy Calculus Model for E-Commerce Transactions*.
- Ekawati Rahayu Ningsih. (2020). Perilaku Konsumen. *Nora Media Enterprise (Kudus)*, 8–9.
- Featherman, M., & Pavlou, P. (2002). *Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL) PREDICTING E-SERVICES ADOPTION: A PERCEIVED RISK FACETS PERSPECTIVE*. <http://aisel.aisnet.org/amcis2002>.
- Ghassani, N. (2019). Pengaruh Trust Dan Perceived Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce (Studi Kasus Pada Konsumen Traveloka). *Jurnal RAK (Riset Akuntansi Keuangan)*, 4(1), 30–43.
- Ghozali, iman. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Penerbit Universtias Diponegoro.
- Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bumi Aksara.

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Handbook of Market Research*, November, 587–632. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15).
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & . (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research*. Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15).
- Hanudin Amin, Rahman, A. R. A., & Razak, D. A. (2014). *Consumer acceptance of Islamic home financing*.
- Indonesia, B. (2018). *Mengenal Financial Teknolog*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>.
- Jacobsson, C., & Hedström, J. (2020). *Perceived Safety Risk and Information Search Behaviour for Rapid Transit Travel: A Descriptive and Explanatory Case Study of Stockholm's Rapid Transit System*. <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:1446030>.
- Karyaadil, M. C. A., Samita2, G. R., Rahmatillah3, R. A., Hidayat4, R., & K5, I. R. (2024). *EVALUASI PENERAPAN TEORI BOUNDED RATIONALITY DALAM PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN MANAJERIAL* Issn : 3025-9495. 3(1).
- Khaliq, R. (2016). Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Melalui Knowledge Management. *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah*, 15(29), 55–62.
- Kristianto, W. (2022). *PAYLATER DENGAN SEGUDANG RESIKONYA*. Kementerian Keuangan. [https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15565/PAYLATER-DENGAN-SEGUDANG-RESIKONYA.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15565/PAYLATER-DENGAN-SEGUDANG-RESIKONYA.html?utm_source=chatgpt.com).
- Kumar, S., & Nayak, J. K. (2024). *Understanding the intricacies of risky indebtedness, impulse buying and perceived risk in buy-now-pay-later adoption*.
- Kusuma, P., Pattison, P. M., & Bugbee, B. (2020). From physics to fixtures to food: current and potential LED efficacy. *Horticulture Research*, 7(1). <https://doi.org/10.1038/s41438-020-0283-7>
- Kusumawati, R. D., & Diyani, L. A. (2021). Peran Kepercayaan Memediasi Hubungan Reputasi dan Intensi Pembelian di E-Commerce. *JURNAL ONLINE INSAN AKUNTAN*, Vol.6, No.1 Juni 2021, 1 - 14 E-ISSN: 2528-0163 I, 6(1), 1–13.



- Lajuni, N., Wong, W., Ming, P., Yacob, Y., Ting, H., & Jausin, A. (2017). International Journal of Economics and Financial Issues Intention to Use Islamic Banking Products and Its Determinants. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(1), 329–333. <http://www.econjournals.com>.
- M Nurlina. (2020). *Faktor - Faktor yanag Mempengaruhi Minat Berlangganan pada Layanan Video On Demand (Studi Pengguna Layanan VOD di Jakarta Timur)*. 2(2004), 6–25.
- Maharani, & Nina. (2015). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 12(1), 59–75. <https://elearning2.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/3043>.
- Maros, H., & Juniar, S. (2016). Pengaruh sosial media marketing terhadap kinerja bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Akuntansi*, 1–23.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (1995). Monthly Report. *Journal of the Institute of Brewing*, 33(1), 1–5. <https://doi.org/10.1002/j.2050-0416.1927.tb05040.x>.
- Mitchell, V. (1999). Consumer perceived risk: conceptualisations and models. *European Journal of Marketing*, 33(1–2), 163–195. <https://doi.org/10.1108/03090569910249229>.
- Moorman, C., Zaltman, G., & Deshpande, R. (1992). Relationships between Providers and Users of Market Research: The Dynamics of Trust within and between Organizations. *Journal of Marketing Research*, 29(3), 314. <https://doi.org/10.2307/3172742>.
- Muflih, M. (2021). The link between corporate social responsibility and customer loyalty: Empirical evidence from the Islamic banking industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102558.
- Mulya, T. A. (2009). *Pengaruh sikap, norma..., Teuku Adhika Mulya, FPs UI*, 2009. 27–34.
- Nirmalapurie, N. A. (2020). Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Penggunaan Fitur Paylater Pada Aplikasi Gojek. *Media Iuris*, 3(1), 101. <https://doi.org/10.20473/mi.v3i1.19161>.
- OJK. (2023). *Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi (LPBBTI)*. OJK. <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/default.aspx>.

- 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>.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>.
- Purnamasari, R., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, dan brand image terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran shopee paylater. *Semantic Scholar*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Pengaruh-perceived-ease-of-use%2C-perceived-perceived-Purnamasari-Sasana/60166fbb1f16df98c2e7bbcf56013b493fab39a7>.
- Qoyum, A., Berakon, I., & Al-Hashfi, R. U. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*. PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Raj, V. A., Jasrotia, S. S., & Rai, S. S. (2024). Role of perceived risks and perceived benefits on consumers behavioural intention to use Buy-Now, Pay-Later (BNPL) services. *Journal of Facilities Management*. <https://doi.org/10.1108/JFM-01-2023-0004>.
- Reddyson, R., Franky, F., Leonardy, L., Yeng, H., & Leonardo, V. (2022). Pengaruh Fitur Paylater terhadap Sifat Belanja yang Konsumtif pada Remaja di Kota Batam. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 261–268. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i2.13092>.
- Research, C. I. (2023). *Waspada Gagal Bayar Paylater Bakal Susah Beasiswa dan Kerja!* CNBC Indonesia Research. [https://www.cnbcindonesia.com/research/20230823010859-128-465230/waspada-gagal-bayar-paylater-bakal-susah-beasiswa-dan-kerja?utm\\_source](https://www.cnbcindonesia.com/research/20230823010859-128-465230/waspada-gagal-bayar-paylater-bakal-susah-beasiswa-dan-kerja?utm_source).
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53–62. <https://doi.org/10.17509/image.v10i1.32009>.
- Rofiq, A. (2010). *Impact of cyber fraud and trust on e-commerce use: a proposed model by adopting theory of planned behaviour*. 82, 6.

- Rossa, A., & Ashfath, F. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna *Spaylater* di Kabupaten Bekasi. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 2(01), 28–41. <https://doi.org/10.59422/global.v2i01.185>.
- Rosyidah, F. N., Cindy, A., & Fasya, S. (2022). Pengalaman Mahasiswa Penggunaan Fitur *Paylater* di E-Commerce. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 01, 494–500.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8\\_15-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1).
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 587–632). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business (7th ed.)*. Willey.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*.
- Setiawan, A. A., Silaen, Y. E., Andreas, T., & Oktavia, T. (2022). Analysis of Intention to Use on Pay Later Payment System During COVID-19 Pandemic. *International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering*, 12(3), 119–129. [https://doi.org/10.46338/ijetae0322\\_14](https://doi.org/10.46338/ijetae0322_14).
- Siregar, W. S., Nasution, A. I. L., & Nurwani, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee *Paylater*. *Jurnal Syntax Transformation*, 4(4), 44–56. <https://doi.org/10.46799/jst.v4i4.710>.
- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust. *Psychology and Marketing*, 32 ( 8 ), University of Bristol - Explore Bristol Research. *Psychology and Marketing*, 32(8), 860–873. <https://doi.org/10.1002/mar.20823/abstract>.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis Alfabeta*.
- Sukis Warningsih, N. M. (2021). Determining Factors of Digital Wallet Usage. *Jurnal Manajemen*, 25(2), 271. <https://doi.org/10.24912/jm.v25i2.740>.
- Swarjana, I. K. (2022). *POPULASI-SAMPEL, TEKNIK SAMPLING & BIAS DALAM PENELITIAN*. Penerbit Andi.



- Ulum, Z., & Asmuni, A. (2023). TRANSAKSI *PAYLATER* PERSPEKTIF HUKUM ISLAM. *Al-Mawarid Jurnal Syariah Dan Hukum (JSYH)*, 5(1), 59–72. <https://doi.org/10.20885/mawarid.vol5.iss1.art5>.
- Usman, H., Projo, N. W. K., Chairy, C., & Haque, M. G. (2024). The role of trust and perceived risk on Muslim behavior in buying halal-certified food. *Journal of Islamic Marketing*, 15(7), 1902–1921. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0303>.
- Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, G. B. D., & Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. 425-478 (54 pages).
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital* (Mahir Prad, Vol. 4, Issue 1).
- Yonatan, A. Z. (2024). *Pengguna Paylater Indonesia Tumbuh 17 Kali Lipat dalam 5 Tahun Terakhir*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355VL>.
- Zakaria, Z., Abdul Majid, M. D., Ahmad, Z., Jusoh, Z., and Zakaria, N. Z. (2017). Influence of Halal Certification on Customers Purchase Intention. *Journal of Fundamental and Applied Sciences*, 9(5S), 772– 787
- Zhang, Y., Chen, C., Zhu, S., Shu, C., Wang, D., Song, J., Song, Y., Zhen, W., Feng, Z., Wu, G., Xu, J., & Xu, W. (2020). Isolation of 2019-nCoV from a Stool Specimen of a Laboratory-Confirmed Case of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19). *China CDC Weekly*, 2(8), 123–124. <https://doi.org/10.46234/ccdcw2020.033>.