

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *TRUST* TERHADAP
MINAT PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH SEBAGAI
DOMPET DIGITAL
(Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh:
AMALIA KHOIRUNNISA
NIM. 18.52.31.188**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2022**

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *TRUST* TERHADAP
MINAT PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH SEBAGAI
DOMPET DIGITAL
(Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh :

AMALIA KHOIRUNNISA'
NIM 18.52.31.188

Surakarta, 22 Oktober 2022

Disetujui dan Disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I
NIP. 19791218 200901 1 010

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : AMALIA KHOIRUNNISA'
NIM : 185231188
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "**ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN TRUST TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH SEBAGAI DOMPET DIGITAL (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)**"

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 20 Oktober 2022



Amalia Khoirunnisa'

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : AMALIA KHOIRUNNISA'
NIM : 185231188
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul “**ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN TRUST TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH SEBAGAI DOMPET DIGITAL (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)**”.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikin surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 20 Oktober 2022



Amalia Khoirunnisa'

Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdri : Amalia Khoirunnisa'

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Amalia Khoirunnisa' NIM: 185231188 yang berjudul:

ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *TRUST* TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH SEBAGAI DOMPET DIGITAL (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta).

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 22 Oktober 2022

Dosen Pembimbing Skripsi



Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I
NIP. 19791218 200901 1 010

PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *TRUST* TERHADAP
MINAT PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH SEBAGAI
DOMPET DIGITAL
(Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)**

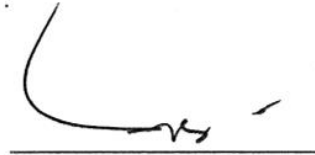
Oleh :

AMALIA KHOIRUNNISA'
NIM. 18.52.31.188

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Jumat tanggal 04 November 2022 M / 9 Rabiul Akhir 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I.
NIP. 19791111 200604 1 003



Penguji II
Mokhammad Zainal Anwar, S.H.I, M.SI.
NIP. 19801130 201503 1 003




Penguji III
Alvin Yahya, M.H
NIK. 19821113 201701 1 1091



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




D.M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah : 286)

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan sholat. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Q.S Al-Baqarah : 153)

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya”

(Ali Bin Abi Thalib)

“Hanya karena cita-cita yang kita kejar belum bisa kita dapatkan, bukan berarti cita-cita itu tidak akan pernah bisa kita raih”

(Sherly Annavita)

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan dengan segenap rasa syukur dan kerendahan hati karyaku yang sederhana ini kepada:

Kepada kedua orangtuaku, Bapak Paryono dan Ibu Sunanti yang selama ini telah membesarkan, mendidik dan selalu mendoakanku disetiap waktu dengan penuh rasa kasih sayang, kelima kakakku yang saya sayangi. Teman-temanku di kelas PBS E dan PBS Profesional D, para teman ku yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan do'a dan semangat yang tulus, dan almamater oranye kebanggaanku

Terimakasih ...

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan serta hidayahnya. *ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN TRUST TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH SEBAGAI DOMPET DIGITAL (STUDI PADA MAHASISWA FEBI UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA).*

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag.,M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Mohamad Rahmawan Arifin, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I, selaku dosen pembimbing skripsi yang banyak memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Ibu dan Bapakku, Bapak Paryono dan Ibu Sunanti yang selama ini senantiasa memberikan dukungan penuh dalam hal apapun, dan mendoakan ku di setiap denyut nadinya.

8. Kakak penulis, Joko Nugroho, S.Pd yang sudah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, dan kakak-kakak penulis lainnya yang senantiasa memberikan dukungan moral ataupun mental, doa dan dukungan yang tak pernah ada hentinya di ucapkan setiap saat.
9. Teman seperjuangan kelas Perbankan Syariah angkatan 2018 dan teman-teman dari program studi lain yang selalu memberikan keceriaan selama mengemban ilmu di kampus UIN Raden Mas Said Surakarta.
10. Keluarga besar UKM Olahraga UIN Raden Mas Said Surakarta yang saya cintai.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 14 Oktober 2022

Penulis

ABSTRACT

Technology has a big potential to be developed in Indonesia, especially for the aspect of Halal (permitted in Islam) technology. Therefore, LinkAja launched an Islamic LinkAja Service as the first Islamic digital wallet in Indonesia which had many payment features under the Islamic principles. This feature has been allowed by DSN-MUI in operating Islamic e-money. This study aimed to identify whether there is an influence of E-Service Quality and Trust to the users' interest in using Islamic LinkAja in the students of FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta.

This quantitative research required the population of FEBI students in UIN Raden Mas Said Surakarta and there were 4.750 students for the population. In collecting the sample, this research applied non-probability sampling and purposive sampling and it resulted in 110 respondents. The data were collected by using online questionnaires through google form and spread to any social media. The data were analyzed using multiple linear regression with the program of SPSS 22.

The research showed that E-Service Quality had a positive and significant influence to the interest in using Islamic LinkAja, and the trust perception also had a positive and significant influence to the interest in using Islamic LinkAja.

Keywords: E-Service Quality, Trust, User's Interest

ABSTRAK

Indonesia mempunyai potensi yang cukup besar dalam hal pengembangan industri halal, salah satunya adalah dalam hal perkembangan teknologi. Oleh karena itu, LinkAja melakukan perilisn Layanan LinkAja Syariah sebagai dompet digital syariah pertama di Indonesia yang didalamnya terdapat berbagai fitur pembayaran yang sudah mematuhi prinsip-prinsip syariah. Layanan ini juga telah mendapat izin sertifikasi Kesesuaian Syariah dari DSN-MUI terkait dengan uang elektronik syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *E-Service Quality* dan *Trust* terhadap minat penggunaan linkaja syariah pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan populasi mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta sebanyak 4.750 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan *non-probability sampling* dan *purposive sampling* dengan perolehan sampel penelitian berjumlah 110 responden. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner secara *online* melalui *google form* ke berbagai media sosial. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan linkaja syariah, dan persepsi *trust* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan linkaja syariah.

Kata kunci : *E-Service Quality*, *Trust*, Minat Penggunaan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
HALAMAN PERNYATAAN PENELITIAN	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR GRAFIK	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Rumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.7. Jadwal	11
1.8. Sistematika Penulisan Skripsi.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1. Kajian Teori	14
2.1.1. Dompot Digital	14
2.1.2. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	15
2.1.3. Minat	16

2.1.4.	<i>E-Service Quality</i>	19
2.1.5.	<i>Trust</i> (Kepercayaan).....	26
2.1.6.	Teori Hubungan Antara Variabel.....	29
2.2.	Hasil Penelitian yang Relevan.....	31
2.3.	Kerangka Berpikir	40
2.4.	Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN.....		44
3.1.	Waktu dan Wilayah Penelitian	44
3.2.	Jenis Penelitian	44
3.3.	Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	45
3.3.1.	Populasi	45
3.3.2.	Sampel.....	45
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.4.	Data dan Sumber Data.....	47
3.4.1.	Data Primer	47
3.4.2.	Data Sekunder	47
3.4.3.	Sumber Data.....	47
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	48
3.6.	Variabel Penelitian	50
3.7.	Definisi Operasional Variabel	51
3.8.	Teknik Analisis Data	56
3.9.	Uji Instrumen Penelitian/Kualitas Data.....	56
3.9.1.	Uji Validitas	56
3.9.2.	Uji Reliabilitas	56
3.10.	Uji Asumsi Klasik	57
3.11.	Uji Ketepatan Model	58
3.12.	Uji Regresi Linier Berganda.....	59
3.13.	Uji Hipotesis (Uji t).....	60
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		61
4.1.	Gambaran Umum Penelitian	61
4.2.	Karakteristik Responden	63

4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	64
4.3.	Hasil Pengujian dan Hasil Analisis	66
4.3.1	Hasil Uji Instrumen Data	66
4.3.2	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
4.3.3	Hasil Uji Ketepatan Model.....	70
4.3.4	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.3.5	Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	74
4.4.	Pembahasan Hasil Analisis Data	75
4.4.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah	75
4.4.2	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah	77
BAB V PENUTUP		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.3	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....		82
LAMPIRAN		88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	50
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Program Studi	64
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Yang Dikelompokan.....	70
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Terbentuknya Minat.....	16
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	40

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Pengguna <i>E-Wallet</i>	2
Grafik 1.2 Pengguna Linkaja	3
Grafik 1.3 Persentase Perbandingan Pengguna Linkaja	4

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian	88
Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 3 : Rekap Data Uji Coba Kuesioner	94
Lampiran 4 : Rekap Data Kuesioner	96
Lampiran 5 : Hasil Olah Data	105
Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup.....	115
Lampiran 7 : Hasil Cek Plagiasi.....	116

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Kehidupan digital secara global semakin hari semakin terlihat. Begitu pula dalam perekonomian yang sering disebut dengan ekonomi digital. Ekonomi digital didefinisikan sebagai bentuk penerapan teknologi dimana internet dijadikan sebagai sarana koneksi yang terdapat proses ekonomi baik kegiatan produksi maupun perdagangan barang dan jasa.

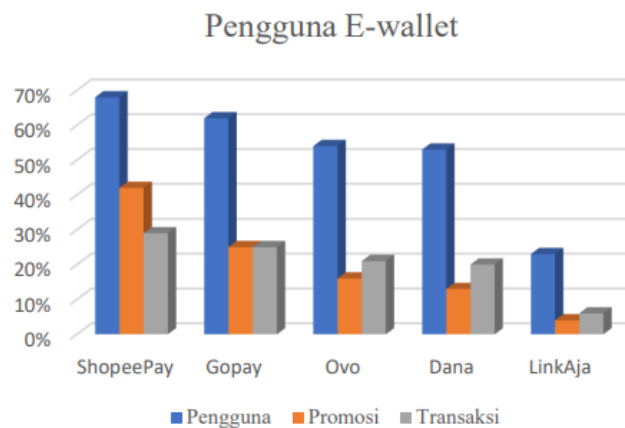
Indonesia sendiri merupakan negara dengan jumlah penggunaan internet yang sangat tinggi, hal ini dapat mendorong kemajuan ekonomi digital Indonesia. Selain itu dapat mempengaruhi beberapa aspek sosial dan budaya. Dengan semakin tinggi dan berkembangnya jumlah pengguna Internet di Indonesia juga semakin memudahkan dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Berdasarkan data statistik pengguna internet di Indonesia akan terus meningkat hingga tahun 2023, dengan jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan mencapai 150 juta. Hal ini akan berimbas pada peningkatan transaksi *fintech* atau finansial teknologi di Indonesia yang tahun ini mencapai \$1,5 triliun. dan akan meningkat menjadi \$2 triliun pada tahun 2025 (katadata.co.id).

Terkait ekonomi syariah, Pemerintah Indonesia sendiri dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 telah menjadikan peningkatan ekonomi digital sebagai salah satu proyek pembangunan ekonomi. Dua sub bagian yang menjadi indikasi pertumbuhan sektor ekonomi digital adalah *e-wallet* atau dompet digital yang berbasis *e-money*.

Penggunaan *e-wallet* di berbagai belahan dunia terus meningkat dari tahun ke tahun. Terlebih dengan berbagai pilihan aplikasi *e-wallet* yang tidak memerlukan kartu untuk setiap transaksi. *E-wallet* atau dompet digital adalah alat pembayaran digital yang menggunakan media elektronik seperti smartphone yang harus dihubungkan ke penerbit sebelum dapat digunakan. Dompet digital adalah salah satu perkembangan fintech yang paling penting. Hal ini dikarenakan kebijakan yang diberlakukan oleh bank sentral Indonesia yang merekomendasikan untuk lebih sering melakukan transaksi menggunakan *e-wallet* atau dompet digital.

Dompet digital bagi penggunaanya dianggap nyaman, aman, cepat, dan hemat biaya untuk digunakan. Ada lima jenis dompet digital yang digunakan masyarakat Indonesia antara lain, Gopay, Linkaja , Shopeepay, Dana, dan Ovo.

Grafik 1.1
pengguna *e-wallet*



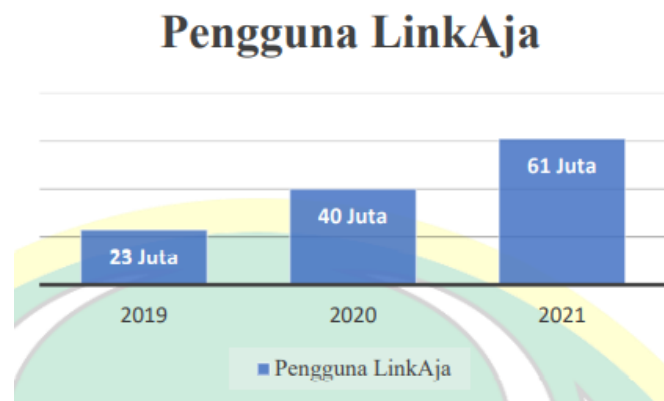
Sumber: merdeka.com, 2021

Menurut grafik, Shopeepay adalah dompet digital yang paling banyak digunakan. Shopeepay mencapai penetrasi pasar tertinggi dengan 68%, diikuti oleh OVO 62%, DANA 54%, GoPay 53% dan LinkAja 23%. Shopeepay menawarkan

promosi tertinggi yaitu 42%, disusul OVO 25%, GoPay 16%, DANA 13%, LinkAja 4%. Dari sisi transaksi, ShopeePay masih menjadi transaksi tertinggi yang mencapai 29%, disusul OVO 25%, GoPay 21%, DANA 20% dan LinkAja 6%.

LinkAja memiliki persentase pengguna, promosi, dan transaksi terendah di antara lima dompet digital di atas. Namun, pengguna LinkAja terus meningkat dari tahun ke tahun seperti terlihat pada tabel berikut.

Grafik 1.2
Pengguna Linkaja



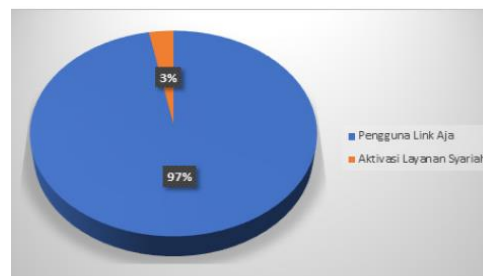
Sumber: [LinkAja mencapai 61 juta pengguna, meningkat 65% pada tahun 2020 - Gizmologi](#)

Pengguna LinkAja juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, dengan 23 juta pengguna pada tahun 2019. LinkAja juga menemukan peningkatan yang sangat besar yaitu 40 juta pengguna, yang sebagian besar merupakan kalangan kelompok menengah.

Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri halal. Salah satunya dalam hal perkembangan teknologi. Potensi lainnya adalah komunitas muslim yang besar. Dengan populasi yang diperkirakan mencapai 256

juta pada tahun 2050, oleh karena itu LinkAja meluncurkan layanan LinkAja Syariah sebagai *e-wallet* Syariah pertama di Indonesia yang didalamnya mencakup beberapa fitur pembayaran yang sesuai dengan prinsip syariah. Layanan ini juga mendapatkan Izin Kepatuhan Syariah dari DSN-MUI dengan terbitnya fatwa DSN MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 terkait dengan uang elektronik syariah. Berbagai fitur pembayaran layanan LinkAja syariah seperti ZISWAF digital, qurban digital, pesantren digital, dll merupakan perkembangan teknologi yang berkembang di industri halal tersebut. Tercatat ada 1,6 juta pengguna LinkAja Syariah, kebanyakan dari kalangan menengah ke bawah. Hingga akhir Maret 2021, layanan LinkAja Syariah memiliki lebih dari 2,5 juta pengguna aktif.

Grafik 1.3
Perbandingan Persentase Pengguna LinkAja



Sumber: Alfarizi dkk (2021).

Dari data pada Gambar 1.3 di atas, persentase pengguna linkAja adalah 97% atau sekitar 61.000.000 pengguna, dan linkAja syariah hanya 3% atau sekitar 1.800.000 pada akhir Januari 2021 (Alfarizi, Hanum, & Hidayat, 2021).

Layanan online merupakan perpindahan dari layanan secara langsung menuju layanan melalui internet. Kualitas layanan elektronik sering disebut sebagai *e-service quality* atau *e-servqual*, dan juga bagian dari kualitas layanan. Menurut Tjiptono (2016) mendefinisikan, *e-service quality* atau kualitas layanan

elektronik sebagai sejauh mana situs web memberikan fasilitas berbelanja secara efisien dan efektif dalam hal pembelian, pemasaran, dan pengiriman (Parasuraman, Malhotra, & Zeithaml, 2002). *E-Service Quality* adalah layanan online yang menggunakan perangkat elektronik untuk memberikan fasilitas pembelian produk dan layanan konsumen secara efektif dan efisien. Kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap keberhasilan bisnis online. Berdasarkan penelitian (Nurlina, 2017) menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli toko online di Tokopedia. Selain itu, penelitian yang dilakukan (Fitriani & Kusnanto, 2021) menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Lazada di media sosial.

Trust menurut Moorman (1993) mendefinisikan kepercayaan (*trust*) sebagai kesediaan (*willingness*) individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan kepada pihak lain.. Kepercayaan mengacu pada keyakinan pelanggan bahwa janji yang dibuat perusahaan kepada pelanggannya dapat dipercaya dan adanya tindakan yang saling menguntungkan. Dari uraian di atas, secara ringkas kepercayaan merupakan keyakinan bahwa pihak yang dipercayai akan memenuhi semua kewajibannya sebagaimana yang telah dijanjikan. Indikator kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator yang ditunjukkan dalam teori Robbins antara lain *Integrity*, *Competence*, *Consistency*, *Loyalty* dan *Openness*. Hasil penelitian oleh (Pratama & Saputra, 2019) menyebutkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money. Sedangkan (Priyono,

2017) menyebutkan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-wallet* Go-Pay.

Aktivitas pelanggan dalam menggunakan aplikasi keuangan digital sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan online (*e-service quality*). Jika kualitas layanan baik maka akan meningkatkan kepercayaan terhadap penggunaan *e-wallet* tersebut. Kepercayaan muncul apabila dapat dibuktikan dengan pengguna layanan tersebut merasa kualitas pelayanan yang diberikan oleh aplikasi sangat baik. Di sisi lain, jika kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi tersebut buruk, maka pengguna akan merasa tidak percaya terhadap aplikasi tersebut. Oleh karena itu, dalam penelitian ini variabel *e-service quality* dan *trust* saling berhubungan.

Menurut Davis et al (1989) minat menggunakan diartikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Menurut Walgito (1981) mendefinisikan minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Dari uraian di atas minat penggunaan *e-wallet* secara sederhana merupakan suatu keinginan untuk menggunakan layanan *e-wallet* sebagai metode pembayaran. Indikator minat penggunaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator dari (Walgito, 2015) antara lain, ketertarikan pada objek, perasaan senang, dan kecenderungan untuk menggunakan.

Observasi prapenelitian dilakukan kepada 20 mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Perbankan Syariah, dan Akuntansi Syariah. Berdasarkan pengamatan menunjukkan 6 mahasiswa

sudah menggunakan layanan linkaja syariah, sedangkan 14 siswa belum menggunakan layanan linkAja syariah. Menurut mahasiswa dalam observasi tersebut, aplikasi linkaja syariah masih kurang bagus dalam segi pelayanannya, linkaja syariah juga kurang dikenal dibanding aplikasi lain dan kebanyakan masih menggunakan dompet digital konvensional. Di sisi lain, mahasiswa lebih suka menggunakan aplikasi digital lainnya karena memiliki fitur layanan yang lebih banyak dan mudah digunakan.

Penyebaran *e-money* dalam melakukan pembayaran di aplikasi dompet digital atau *e-wallet* dapat dilakukan dengan beberapa cara. Salah satunya adalah dengan melibatkan peran serta anak muda, khususnya mahasiswa. Sikap terbuka terhadap perubahan dan rasa ingin tahu untuk mencoba hal baru merupakan potensi yang dimiliki generasi baru seperti mahasiswa. Harapannya mahasiswa dapat menjadi pelopor dalam penggunaan uang elektronik di masyarakat. Mahasiswa yang peka terhadap perubahan zaman dan mudah menerima sebuah inovasi, memungkinkan mahasiswa dengan cepat beradaptasi menggunakan metode pembayaran pada dompet digital atau *e-wallet*. Dengan adanya dompet digital atau *e-wallet* dapat melakukan pembayaran non tunai, transaksi menjadi lebih mudah dan nyaman, mahasiswa tidak kesulitan dalam bertransaksi.

Jenjang pendidikan tinggi menjadikan mahasiswa, khususnya mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta dituntut untuk melakukan sebagian besar pekerjaannya menggunakan produk teknologi yang sudah meluas di kalangan mahasiswa. Salah satunya adalah transaksi online atau non-tunai. Oleh karena itu peneliti memilih Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai lokasi penelitian. Karena mahasiswa FEBI berperan dalam pengembangan ekonomi syariah dengan melakukan penguatan ekonomi digital, salah satunya dalam bentuk penggunaan dompet digital berbasis syariah dalam setiap transaksinya. Jadi peneliti tertarik ingin mengetahui apakah mahasiswa tersebut minat dengan penggunaan dompet digital syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *e-service quality* dan *trust* terhadap minat penggunaan linkAja Syariah di kalangan mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta, sehingga nantinya dapat diketahui apakah faktor-faktor tersebut mempengaruhi minat menggunakan aplikasi linkaja syariah atau tidak. Kebaruan penelitian ini terletak pada temuan terkait hubungan antara variabel *e-service quality* dan *trust* terhadap minat penggunaan linkAja syariah pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said, dimana belum ada penelitian yang membahas secara spesifik mengenai minat penggunaan linkAja syariah di wilayah tersebut.

Berdasarkan penjelasan dan permasalahan di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta terhadap penggunaan *e-wallet* atau dompet linkaja syariah yang dilihat dari faktor *e-service quality* dan *trust* dengan judul penelitian. **“Analisis Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Trust* Terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah Sebagai Dompet Digital (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah menentukan atau mengidentifikasi masalah yang ada dalam penelitian. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, identifikasi masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Masih minimnya masyarakat Indonesia dalam menggunakan aplikasi linkAja Syariah
2. Minat menggunakan layanan linkAja Syariah di kalangan mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta masih rendah.

1.3. Batasan Masalah

Pada penelitian ini untuk memfokuskan suatu permasalahan yang akan diteliti, maka peneliti perlu melakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah ini berfungsi untuk menghindari penelitian keluar dari pokok permasalahan. Masalah yang akan diteliti oleh peneliti ini berfokus pada variabel *E-Service Quality* dan *Trust* Terhadap Minat Penggunaan LinkAja Syariah Sebagai Dompet Digital. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta yang masih aktif sampai tahun 2022 yang pernah ataupun sedang menggunakan aplikasi LinkAja Syariah.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh *E-Service Quality* terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta ?
2. Apakah terdapat pengaruh *Trust* terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Mengetahui pengaruh *Trust* terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkonsentrasi pada penelitian mengenai analisis pengaruh *e-service quality* dan *trust* terhadap minat penggunaan linkAja syariah sebagai dompet digital.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi manajemen perusahaan agar bisa berinovasi dalam meningkatkan pelayanan aplikasi

linkAja syariah agar bisa bersaing dengan aplikasi dompet digital lainnya, serta bisa menjadi bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan.

1.7. Jadwal

Terlampir

1.8. Sistematika Penulisan Skripsi

Pada penelitian ini, sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran yang jelas serta menyeluruh mengenai penulisan penelitian. Maka dibuat sistematika penelitian antara lain sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang permasalahan dalam penelitian yang akan diteliti, yaitu minat penggunaan aplikasi linkAja syariah secara nasional yang masih dalam kategori rendah dibandingkan dengan aplikasi linkAja sendiri dan aplikasi dompet digital lainnya seperti OVO, Shopee, DANA, dan lain-lain. Selain itu dalam penelitian ini juga terdapat permasalahan lainnya yaitu masih rendahnya minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta dalam menggunakan aplikasi linkAja syariah, padahal mahasiswa FEBI memiliki peran dalam pengembangan ekonomi syariah dengan melakukan penguatan ekonomi digital, salah satunya dalam bentuk penggunaan dompet digital berbasis syariah dalam setiap transaksi *payment*.

Dalam bab ini juga terdapat sub lainnya yaitu, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan proposal skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini terdapat uraian atau penjelasan mengenai variabel penelitian yang dijadikan landasan teori bagi peneliti yang akan dilakukan. Teori-teori yang disajikan antara lain tentang : Minat penggunaan, *E-Service Quality*, *Trust*. Selain itu, bab ini juga berisi kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan yaitu antara lain, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner dan data sekunder yang diperoleh dari *website*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dan *purposive sampling* dengan data mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta yang masih berstatus aktif. Kemudian teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan melakukan uji instrumen penelitian yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, kemudian uji ketepatan model yang terdiri dari Uji F dan R^2 dan Uji Hipotesis (Uji t).

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai keterkaitan faktor-faktor dari data yang diperoleh dari masalah yang diajukan kemudian menyelesaikan masalah tersebut dengan metode-metode penelitian dan menganalisis hasil penyelesaian masalah. Pada bab ini menyajikan gambaran hasil pengaruh *E-Service quality* dan *Trust* terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah sebagai dompet digital dikalangan mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta. Secara garis besar berisi uraian tentang gambaran umum penelitian, pengujian, dan hasil analisis data serta pembahasan hasil analisis data atas pembuktian hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan atas hasil penelitian dan saran yang diberikan dengan hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Dompot Digital

Dompot digital atau *E-wallet* adalah perangkat elektronik, layanan elektronik atau bahkan aplikasi yang memungkinkan pengguna *untuk bertransaksi secara online* untuk membeli barang atau jasa. Dompot digital atau *e-wallet* adalah layanan elektronik yang berperan baik sebagai penyimpanan data maupun sebagai alat pembayaran. *E-wallet* merupakan alternatif sistem pembayaran yang dirancang untuk memudahkan pengguna bertransaksi. *E-wallet* berguna untuk menyimpan uang secara digital yang dapat digunakan untuk transaksi baik *online* maupun *offline* menggunakan kode QR. Aplikasi dompot digital ini memiliki beberapa fitur. Tidak hanya sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai alat untuk memverifikasi suatu kegiatan jual beli (Kumalasari, 2022).

Uang elektronik memiliki dua jenis media penyimpanan, yaitu penyimpanan berbasis *server* dan *chip*. Uang elektronik berbasis *chip* dalam bentuk kartu di mana sebuah *chip* tertanam. Sedangkan, bentuk uang elektronik berbasis *server* adalah uang elektronik yang digunakan membutuhkan koneksi ke *server* terlebih dahulu dengan *server* penerbit, formulir ini sering disebut dompot digital (*e-wallet*). *E-wallet* didefinisikan sebagai mata uang digital di mana belanja itu nyaman tanpa harus membawa uang dalam bentuk fisik (*cashless*) dan dapat disalurkan pada saat itu juga pada saat melakukan aktivitas pembayaran.

Sedangkan menurut Kuganathan & Wikramanayake (2014) *e-wallet* adalah layanan pembayaran yang dioperasikan dibawah regulasi keuangan dan dilakukan

melalui perangkat *mobile*. *E-wallet* dikatakan sebagai jenis terbaru dari *m-commerce* yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi, belanja online, pemesanan dan untuk berbagi layanan yang tersedia (Faridhal, 2020).

Dompot elektronik atau *e-wallet* dapat menggantikan fungsi dompet biasa dalam suatu aplikasi atau program. *E-wallet* juga menawarkan beberapa fitur keamanan yang tidak dimiliki dompet biasa. *E-wallet* memungkinkan pengguna untuk melacak informasi penagihan dan pengiriman, membuat transaksi lebih cepat dan lebih aman (Uddin, Anggota, Yesmin, & dkk, 2014).

2.1.2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer yang diperkenalkan pertama kali oleh Davis (1989). TAM merupakan hasil pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA), yang lebih dahulu dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada 1980.

TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (acceptance) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menyediakan suatu basis teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan suatu sistem informasi.

Modifikasi model TAM dilakukan oleh Venkatesh (2002) dengan menambahkan variable trust dengan judul : Trust enhanced Technology Acceptance Model, yang meneliti tentang hubungan antar variabel TAM dan trust. Modifikasi TAM lain yaitu Trust and Risk in Technology Acceptance Model (TRITAM) yang menggunakan variabel kepercayaan dan resiko bersama variabel TAM (Lui and Jamieson, 2003).

2.1.3. Minat

1. Pengertian Minat

Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdiknas, 2001) mengartikan “minat” sebagai kecenderungan yang kuat terhadap sesuatu, hasrat dan keinginan. Dapat dikatakan bahwa mereka yang tertarik cenderung berusaha untuk mencapainya. Kata minat memiliki banyak interpretasi yang berbeda. Berikut adalah pengertian minat menurut para ahli:

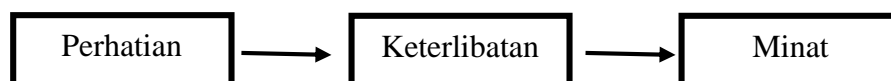
- a. Menurut Davis et al (1989) minat menggunakan diartikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.
- b. Menurut Walgito (1981) mendefinisikan minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut.

Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Jadi minat adalah dorongan dari psikis individu untuk melakukan sesuatu atau menggunakan tanpa dorongan dari pihak lain.

Minat menggunakan (*interest to use*) dapat didefinisikan sebagai bentuk keinginan pengguna untuk menggunakan atau menggunakan kembali suatu obyek tertentu. Minat untuk menggunakan merupakan salah satu aspek psikis manusia yang cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang lebih besar kepada obyek tersebut, dimana perasaan ini dapat mendorong seseorang untuk mencapai tujuan.

Proses terbentuknya minat pada seseorang menurut dari (Abu & Widodo, 2007) dijelaskan sebagai berikut : Sebelum seseorang terlibat dalam suatu aktivitas, seseorang tersebut memiliki perhatian atau ketertarikan pada suatu objek. Kemudian perhatian tersebut akan menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi dalam sebuah aktivitas atau kegiatan. Diagram skema proses terbentuknya minat dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Proses Terbentuknya Minat



Sumber : Widodo (2007)

2. **Macam – Macam Minat**

Minat seseorang tidak sama, karena minat seseorang bermacam-macam bentuknya. Menurut (Super & Crites H, 2003) terdapat empat macam bentuk minat, antara lain sebagai berikut :

a. Minat secara verbal

Jenis minat ini terlihat pada sikap seseorang yang tercermin dari sikapnya, misalnya dalam bentuk memilih atau tidak memilih, dan kalimat suka atau tidak suka.

b. Minat yang dinyatakan dalam bentuk kegiatan atau tindakan

Jenis minat ini dapat ditentukan dari seberapa sering seseorang melakukan tindakan tertentu. Sebagai contoh, kita dapat mengatakan bahwa seseorang tertarik pada suatu produk karena orang tersebut cenderung untuk membelinya.

c. Minat yang tidak jelas

Jenis minat semacam ini tidak terlihat secara lisan atau dalam perilaku, karena minat ini tersembunyi dalam diri seseorang. Jenis minat ini dapat diidentifikasi melalui pengujian objektif. Pengujian objektif adalah suatu cara untuk menggali minat seseorang dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan singkat dengan jawaban ya atau tidak.

d. Minat yang masih disembunyikan (terpendam)

Jenis minat ini juga disebut minat laten yaitu, suatu bentuk ketertarikan yang tersembunyi pada diri seseorang, namun berpotensi untuk terjadi. Jenis minat ini hanya dapat diwujudkan melalui pengujian inventori. Test inventori adalah salah satu bentuk tes untuk mengukur sifat, kepribadian, atau keterampilan seseorang.

3. Indikator Minat

Minat setiap individu tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhi, setiap individu memiliki minatnya masing-masing. Meskipun individu memiliki

minat yang sama terhadap sesuatu namun dilatarbelakangi oleh faktor tertentu. Indikator minat menurut (Walgito, 2015) terdiri dari tiga indikator. Indikator inilah yang peneliti pakai dalam penelitian tentang minat menggunakan yaitu:

- a. Ketertarikan pada suatu objek yang diminati, adalah calon konsumen atau konsumen akan memiliki perhatian dan terfokus pada *e-wallet*.
- b. Perasaan Senang, adalah calon pelanggan atau konsumen yang tertarik atau berminat menggunakan *e-wallet* akan terlihat senang ketika menggunakan *e-wallet* untuk bertransaksi.
- c. Kecenderungan untuk menggunakan, adalah apakah konsumen atau calon konsumen bersedia menggunakan uang elektronik untuk transaksi sehari-hari. Konsumen yang penggunaan e-walletnya tinggi akan terlihat dari frekuensi penggunaannya.

2.1.4. *E-Service Quality*

1. Pengertian *E-Service Quality*

- a. Menurut (Kotler, 2016) *e-service quality* merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi
- b. Menurut (Tjiptono dan Chandra, 2016) mendefinisikan *e-service quality* atau kualitas pelayanan elektronik sebagai sejauh mana situs memfasilitasi belanja yang efektif dan efisien dalam hal pembelian, pemasaran, dan pengiriman.

- c. Menurut (**Parasuraman, Zeithaml, & Malhotra, 2002**) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan elektronik adalah pelayanan berbasis elektronik yang digunakan untuk memfasilitasi belanja, pembelian maupun pengiriman produk dan jasa secara efektif dan efisien. *E-service quality* berpengaruh terhadap minat seseorang dalam menggunakan dompet digital, *e-service quality* yang dilakukan dengan baik dapat meningkatkan minat penggunaan suatu layanan, konsumen cenderung senang dan puas jika layanan yang diberikan baik dan mampu memberikan kenyamanan yang diinginkan.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dipaparkan di atas dapat disimpulkan bahwa *e-service quality* adalah penilaian dan evaluasi konsumen secara menyeluruh atas pelayanan yang telah diberikan perusahaan atau situs yang disediakan perusahaan, pelayanan yang diterima konsumen sepenuhnya diberikan secara efektif dan efisien melalui teknologi pada keseluruhan proses transaksinya.

E-Service Quality merupakan pengembangan dari *E-Satisfactions* konvensional yang diterapkan pada sebuah media elektronik ataupun pada media yang bersifat mobile atau smartphone. *E-Satisfactions* Elektronik atau yang juga dikenal sebagai *E-Service Quality*, merupakan versi baru dari *Service Quality* (ServQual). *E-Service Quality* dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan Internet.

2. Karakteristik *E-Service Quality*

Menurut (Tjiptono, 2012) *E-Service Quality* mempunyai 4 karakteristik yaitu:

a. Tidak Berwujud (*Intangible*)

Jasa sangat berbeda dengan barang fisik. Jika suatu barang adalah objek, alat, materi atau benda yang dapat dilihat, disentuh, dan dirasakan dengan panca indera, maka layanan sebenarnya adalah tindakan, pengalaman, proses, pencapaian, atau kinerja. Jika produk dapat dimiliki, maka jasa dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki. Jasa bersifat intangible yang berarti bahwa seseorang tidak dapat melihat, merasakan, mencium, mendengar, atau menyentuh sebelum dibeli dan dikonsumsi. Konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari jasa tersebut sampai mereka mengalami atau mengkonsumsinya sendiri.

b. Bervariasi (*Heterogeneity*)

Layanan ini bervariasi atau berbeda karena merupakan produk non-standar. Ini berarti bahwa gaya, kualitas dan jenis dapat sangat bervariasi tergantung pada siapa, kapan dan di mana jasa tersebut dihasilkan. Tiga faktor yang menyebabkan variasi dalam kualitas layanan:

- a) kerjasama atau partisipasi pelanggan dalam penyediaan layanan;
- b) Semangat/motivasi karyawan dalam melayani pelanggan
- c) beban kerja bisnis perusahaan

c. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Barang biasanya pertama kali diproduksi, kemudian dijual dan kemudian dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan adalah fitur khusus dari pemasaran layanan terkait. Keduanya mempengaruhi hasil (outcome) dari pelayanan yang bersangkutan.

Dalam hubungan antara penyedia layanan dan pelanggan Efisiensi personel layanan adalah penting, artinya berhasil atau tidaknya pelayanan yang dimaksud dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam melakukan proses rekrutmen dan seleksi, sistem kompensasi, penilaian kinerja, pelatihan dan pengembangan karyawan.

d. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Perishability berarti bahwa layanan adalah produk yang mudah rusak, yang berarti tidak dapat disimpan untuk digunakan kembali, dijual kembali, atau dikembalikan. Permintaan layanan juga berfluktuasi dan berubah, dampaknya perusahaan jasa seringkali menghadapi masalah yang sulit. Oleh karena itu, perusahaan jasa menyusun strategi untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih baik dengan menyesuaikan penawaran dan permintaan.

3. Dimensi *E-Service Quality*

Dari model tradisional *e-Service Quality*, Parasuraman, Zeithal, & Malhotra, (2005) berhasil mengembangkan tujuh dimensi *E-Service Quality*, meliputi :

- a. Efficiency atau Efisiensi : Mengacu pada kemudahan pengguna menemukan informasi yang mereka butuhkan di media elektronik. Jika tidak ada interaksi dengan pelanggan, pelanggan online perlu mencari informasi tentang produk atau layanan yang mereka cari. Jika pelanggan sering bingung selama proses pencarian, mereka akan berhenti.
- b. Availability atau ketersediaan : Perusahaan akan menyediakan layanan yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen.

- c. Fulfillment atau Pemenuhan : Mengacu pada keberhasilan situs web dalam memberikan produk atau layanan dan kemampuannya untuk memperbaiki kesalahan yang terjadi selama proses transaksi.
- d. Privacy : Mengacu pada keandalan situs web dalam menyimpan informasi pribadi pelanggannya. Layanan online yang dijalankan dengan baik dan lancar dapat membangun kepercayaan bagi pelanggan.
- e. Responsiveness atau tanggapan : Ini dapat diukur dengan seberapa cepat situs web merespons pelanggan di lingkungan online.
- f. Compensation atau kompensasi : Terkait dengan bisnis e-commerce sehubungan dengan kompensasi, kompensasi atau ganti rugi diberikan kepada konsumen jika barang atau jasa yang diberikan tidak puas.
- g. Contact : Berkaitan dengan bagaimana sebuah website dapat menyediakan fitur-fitur yang memberikan kesempatan kepada pengguna (users) untuk berinteraksi.

4. Indikator *E-Service Quality*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tujuh indikator pengukuran *e-service quality* yang diambil dari teori Tjiptono dan Chandra (2016) ketujuh indikator *e-service quality* meliputi:

1. Efisiensi, yaitu kemampuan pelanggan dalam mengakses website. Cari produk yang diinginkan dan temukan informasi produk, serta tinggalkan situs web yang relevan dengan sedikit usaha.
2. Reliabilitas, yaitu fungsionalitas teknis dari situs web yang bersangkutan. khususnya Sejauh mana situs web tersedia dan berfungsi dengan baik.

3. Pemenuhan, yaitu termasuk validitas kontrak layanan, ketersediaan stok produk dan pengiriman produk tepat waktu.
4. Privasi, yaitu berupa jaminan bahwa data perilaku belanja tidak akan diberikan kepada pihak lain, dan menjamin keamanan informasi kartu kredit pelanggan.
5. Daya Tangkap, yaitu kemampuan pengecer online untuk memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan jika terjadi masalah. Ada mekanisme untuk mengelola pengembalian dan memberikan garansi online
6. Kompensasi, yaitu termasuk pengembalian uang dan jaminan online.
7. Kontak, yaitu mencerminkan kebutuhan pelanggan untuk dapat berbicara dengan staff layanan secara online atau melalui telepon.

5. *E-Service Quality* Dalam Perspektif Islam

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Ayat al-Quran dan hadits mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Eksistensi manusia sebenarnya ditentukan oleh kemanfaatannya pada orang lain. Setiap perbuatan maka akan kembali kepada orang yang berbuat. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan atau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain seperti yang terkandung dalam Al-Qur'an Surat Al-Ahzab ayat 23 yang artinya, "Di antara orang-orang mukmin itu ada orang-orang yang menepati apa yang telah mereka janjikan kepada Allah. Dan di antara mereka

ada yang gugur, dan di antara mereka ada (pula) yang menunggu-nunggu dan mereka sedikit pun tidak mengubah (janjinya)”.

Dalam Al-Qur'an dan Hadits bekerja tidaklah cukup asal bekerja, hendaknya bekerja harus dilakukan dengan penuh kejujuran, kejujuran dalam bekerja wajib pula hukumnya, karena pekerjaan yang dilakukan dengan jujur akan sangat mempengaruhi pola beribadah dan perilaku keseharian seorang manusia, karena sesuatu yang halal merupakan buah dari kejujuran, dan mengkonsumsi yang halal akan mempermudah seorang hamba mendekati dirinya kepada Allah SWT, maka yang menjadi pertimbangan disini adalah proses bekerjanya bukan hasil dari pekerjaan itu sendiri.

Islam juga mengajarkan kepada umat manusia agar dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip ekonomi islam sebagai mana dijelaskan dibawah ini (Yunus, 2012) :

- a. Kejujuran adalah sikap yang tidak berbohong, mengarang fakta, tidak pernah mengkhianati atau mengingkari janji
- b. Tidak curang atau menipu (Al-kazib), sikap yang baik untuk melakukan bisnis adalah menghindari kecurangan atau penipuan..
- c. Melayani dengan kerendahan hati, adalah orang yang baik, sopan, murah senyum, dan penuh tanggung jawab.
- d. Profesional, selain memerintah untuk melakukan pekerjaan, islam juga menganjurkan semua umat muslim untuk bekerja di bidang apapun secara profesional.
- e. Dapat diandalkan (amanah) dan bertanggung jawab

f. Menjaga etos kerja dan bersungguh-sungguh

2.1.5. Trust (Kepercayaan)

1. Pengertian Trust

Menurut Moorman (1993) mendefinisikan kepercayaan (*trust*) sebagai kesediaan (*willingness*) individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan kepada pihak lain. Kepercayaan adalah bangunan dasar dari bisnis, suatu transaksi bisnis yang melibatkan dua pihak atau lebih akan terjadi jika setiap pihak saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh mitra bisnis/konsumen, melainkan harus dibangun dari awal dan dapat dibuktikan. Ketika konsumen ingin melakukan transaksi secara online, maka yang ada di benak konsumen adalah uang yang dikirim tidak hilang begitu saja, tetapi mendapat balasan berupa produk yang diinginkan sesuai dengan apa yang ditampilkan dan dijelaskan pada *e-wallet* yang dituju.

Menurut Robbins dan Judge (2007), *trust* merupakan suatu pengharapan positif atau ekspektasi bahwa pihak lain tidak akan melewatkan perkataann, tindakan, atau keputusan serta tidak bertindak secara oportunistik. Kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian secara otomatis mengandung risiko. Dalam kondisi yang berisiko diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan (Priyono, 2017).

2. Faktor Yang Membentuk *Trust* (Kepercayaan)

Menurut (Mayer, 1995) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu : kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Ketiga faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Ability* (Kemampuan) : Kemampuan mengacu pada keterampilan dan atribut organisasi untuk mempengaruhi dan mempromosikan wilayah atau area tertentu. Dalam hal ini penjual mampu untuk menyediakan, memberikan layanan untuk mengamankan transaksi terhadap gangguan dari pihak lain. Artinya konsumen akan menerima jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. Kompetensi (*ability*) meliputi pengalaman, persetujuan institusional, dan kompetensi ilmiah.
- b. *Benevolence* (Kebaikan Hati) : Kebaikan adalah kehendak penjual untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Dengan kebaikan hati dan kepuasan konsumen maka keuntungan yang diperoleh penjual dapat dimaksimalkan. Penjual tidak hanya mencari keuntungan yang maksimal. tidak hanya itu, tetapi juga memberikan perhatian dalam mencapai kepuasan pelanggan. *Benevolence* meliputi kasih sayang dan kepedulian (empati), kepercayaan dan penerimaan.
- c. *Integrity* (Integritas) : Integritas adalah bagaimana kita bertindak, artinya perilaku penjual dalam mengelola usahanya. Informasi yang diberikan kepada konsumen sesuai fakta atau tidak. *Integrity* atau kejujuran dapat terbukti berdasarkan kewajaran (*fairness*), keterkaitan (*dependability*), pemenuhan

(fulfillment), kesetiaan (loyalty), keterus-terangan (honestly), dan kehandalan (reliability).

3. Indikator *Trust*

Indikator pengukuran variabel kepercayaan (*Trust*) pada penelitian ini mengacu pada teori Robbins (2006) dalam (Prayitno, 2015), yang meliputi:

1. Integrity : kejujuran (honest) dan bersikap dengan yang sebenarnya (truthfulness).
2. Competence : pengetahuan dan keterampilan teknis serta standar pribadi.
3. Consistency : handal, dapat diramalkan dan dipertimbangkan yang baik dalam menangani situasi.
4. Loyalty : kesediaan untuk melindungi dan memelihara hubungan sebaik mungkin.
5. Openness : kesediaan untuk berbagi gagasan informasi dengan bebas.

4. Kepercayaan (*Trust*) Dalam Perspektif Islam

Ditinjau dari perspektif syariah, kepercayaan adalah sikap luhur dan tinggi pada *hablum minannas* (hubungan antar manusia). Kepercayaan yang terpancar berasal pada mutu, kejujuran dan ketulusan. Kepercayaan pada Bisnis Islam merupakan cara menciptakan dan mengembangkan sebuah brand. Arpizal (2021) Islam memandang kepercayaan (*trust*) muncul dari sikap kejujuran. Allah SWT. menginginkan bagi umatnya agar selalu berpendirian dan merealisasikan janji yang diberikan.

Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya seperti yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam memegang amanah. Ketika menjadi saudagar

Nabi Muhammad SAW akan selalu mengembalikan harta atasannya., baik berupa hasil penjualan maupun sisa barang. Abu Sa'id Al-Khudri ra dari Nabi Muhammad SAW, beliau bersabda: “Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama Nabi, shiddiqin dan syuhada” (HR. At-Tirmidzi).

Kepercayaan adalah nilai yang paling berharga dalam setiap hubungan manusia. Kepercayaan adalah rasa percaya yang dimiliki orang terhadap orang lain, di mana kepercayaan didasarkan pada kejujuran (integritas), kredibilitas, dan dapat dipercaya (reliabilitas). Kepercayaan kemungkinan terjadi ketika kita saling percaya, dan itu akan terjadi jika kita terbuka, mampu atau berkompeten, adil, jujur, bertanggung jawab. dan penuh rasa hormat (Al-Albani, 2008). Allah juga ingin setiap umat-Nya memenuhi janjinya. Hal ini diberikan dan dinyatakan dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl ayat 91 yang artinya, “Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”. (Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91).

2.1.6. Teori Hubungan Antara Variabel

1. Hubungan *E-Service Quality* Terhadap Minat

Dalam konteks *e-commerce*, kualitas layanan sering disebut sebagai *e-service quality*, hal ini sebagai pembeda dimensi kualitas layanan dalam *e-commerce* yang berbeda secara signifikan karena berbasis teknologi. Menurut (Tjiptono F. , 2014) *e-service quality* atau kualitas pelayanan elektronik diartikan

sebagai sejauh mana situs memfasilitasi belanja yang efektif dan efisien dalam hal pembelian, pemasaran, dan pengiriman.

Hal utama yang harus dilakukan perusahaan bisnis untuk menarik konsumen adalah dengan memberikan layanan yang berkualitas untuk menciptakan rasa percaya pada konsumen dalam penggunaan suatu produk atau layanan jasa. Kehadiran layanan yang berkualitas akan menarik pelanggan untuk tetap datang ke perusahaan, perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah transaksi. Seseorang memiliki ukuran masing-masing tentang bagaimana sebuah kualitas pelayanan yang efektif dan efisien sehingga memicu terjadinya keinginan untuk menggunakan bahkan terjadi penggunaan ulang pada suatu aplikasi. Dengan kata lain, semakin baik layanan perusahaan, maka akan semakin banyak pelanggan akan tertarik untuk menggunakan layanan tersebut..

2. Hubungan *Trust* Terhadap Minat

E-Trust Menurut Moorman (1993) mendefinisikan kepercayaan (*trust*) sebagai kesediaan (*willingness*) individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain.

Kepercayaan mencerminkan bagian dari harapan positif terhadap perilaku masa depan. Konsumen yang percaya pada perusahaan akan bergantung pada perusahaan tersebut karena adanya jaminan dan kualitas pelayanan yang baik. Di sisi lain, konsumen yang tidak percaya pada perusahaan, tidak akan bergantung pada perusahaan tersebut karena tidak ada jaminan kualitas pelayanan yang diharapkan atau diinginkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi

kepercayaan pelanggan, maka semakin besar minat untuk menggunakan produk dan jasa tersebut.

2.2. Hasil Penelitian yang Relevan

Untuk memberikan gambaran dan kerangka konseptual untuk penelitian, maka dibutuhkan hasil penelitian-penelitian sebelumnya untuk tujuan referensi, dengan cara membandingkan penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya untuk dianalisis menurut teori dan hasil penelitian. Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan *E-Service quality* dan *Trust*. Berikut adalah hasil penelitian terdahulu yang ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama Jurnal, Peneliti, Tahun	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1.	Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Go-Pay	<ul style="list-style-type: none"> - Keterjangkauan Harga - Meningkatkan Produktivitas - Kemudahan Akses Informasi - Kualitas Promosi - Fitur Produk atau Jasa - Inovasi 	Deskripsif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil total explained menunjukkan terdapat 9 faktor yang terbentuk, dan faktor dominan yang paling berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan go-pay yaitu faktor

	(Jurnal Manajemen, Vol 13 No.1, Hal 26-36) Oleh : Ika Sari Astuti dan Edi Suswardji Nugroho (2021)	<ul style="list-style-type: none"> - Terampil - Informasi sesuai fakta - Kepuasan dan Keamanan - Minat 		keterjangkauan harga dengan nilai total variance sebesar 12,051%.
2.	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>Electronic Commerce</i> (JRAK Vol.8 No.1, Hal 27-41) Oleh : Nina Monica dan Annafi	<ul style="list-style-type: none"> - Manfaat - Kemudahan - Kenyamanan - Norma Subjektif - Kepercayaan - Minat 	Statistik deskriptif dengan teknik analisis PLS (<i>Partial Least Square</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan electronic commerce. - Persepsi kemudahan dan norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan electronic commerce

	Indra Tama (2017)			
3.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> Pada Generasi Milenial Kota Semarang (Journal of Economic Education and Entrepreneurship Vol. 1 (2) Hal, 66-80) Oleh : Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati (2020)	- Kemudahan Penggunaan - Kemanfaatan - Risiko - Kepercayaan - Minat	Deskriptif Kuantitatif	- Persepsi kemudahan penggunaan, kemanfaatan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> . - Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> .
4.	Pengaruh <i>E-service quality</i> , word of mounth, price, dan promotion	- E Service Quality - Word Of Mounth - Price	Kuantitatif dengan Teknik Analisis Regresi	Persepsi <i>e-service quality</i> , word of mouth, price, dan promotion berpengaruh positif

	<p>terhadap minat konsumen menggunakan layanan jasa go-jek (studi kasus pada masyarakat pengguna go-jek di kota Denpasar)</p> <p>(TIERS Information Technology Journal, Vol.1 No.1, Hal 41-54)</p> <p>Oleh : Ni Wayan Arista Karmila dan I Wayan Sunia</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Promotion - Minat 	<p>Linier Berganda</p>	<p>terhadap minat konsumen menggunakan layanan jasa go-jek</p>
5.	<p>Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> OVO di Masa Pandemi</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kepercayaan - Kemudahan - Minat 	<p>Metode Kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan</p>

	(Winter Journal, Vol.2 No.1, Hal 20-31) Oleh : Esa Nuraeni dan Bambang Somantri (2021)			terhadap variabel minat menggunakan
6.	Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan <i>E-Money</i> Gopay di Jawa Tengah (Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol.8 No.2) Oleh : Makrufah Hidayah I, Ivan Purwanto, dkk (2020)	- Kemanfaatan - Promosi - Kualitas Pelayanan - Minat	Metode Kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda	- Secara simultan variabel kemanfaatan, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat - Secara parsial variabel kemanfaatan dan promosi berpengaruh - Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat
7.	Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan,	- Kepercayaan - Kegunaan - Keamanan	Partial Least Square	Hasil penelitian menunjukkan variabel kepercayaa,

	Keamanan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Payment</i> Linkaja Dengan Kemudahan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa di Yogyakarta) (JIMKES Vol 9 No.2) Oleh : Mala Kresisiana Utami (2021)	- Minat	(PLS)	kegunaan, keamanan, kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan
8.	<i>Impact Of E-Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty Empirical Study In India Online Business</i> (Jurnal KINERJA, Vol.21, No.1)	- <i>E-Service Quality</i> - Satisfaction - Loyalty	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas dan <i>E-Service Quality</i> berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas

	<p>Oleh : Vijayanand Sundaram, D.Ramkumar, Poorna Shankar (2017)</p>			
9.	<p><i>The Effect Of Trust And Service Quality On Purchase Decisions Of Online Shoppers</i></p> <p>(International Journal of Advanced Academic Research Vol.7, Issue 10, Hal 75-89, ISSN : 2488-9849)</p> <p>Oleh : Eluke Edwin, N dan Sunny R.Igwe, PhD (2021)</p>	<p>- <i>Trust</i> - <i>Service Quality</i> - <i>Purchase Decisions</i></p>	<p>Analisis Regresi Linier Berganda</p>	<p>Berdasarkan hasil hipotesis variabel <i>E-Service Quality</i> berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.</p>
10.	<p><i>The Effect E-Service Quality On E-Loyalty</i></p>	<p>- <i>E-Service Quality</i> - <i>E-Loyalty</i></p>	<p>Path Analisis</p>	<p>- Berdasarkan hasil hipotesis variabel <i>E-</i></p>

<p><i>Through E-Satisfaction On Students Of Ovo Application Users At The Faculty Of Economic And Business, University Of North Sumatra</i></p> <p>(European Journal of Management and Studies, Vol.4 Issue 1, Hal 146-162, ISSN : 2501-9968)</p> <p>Oleh : Helvinasari Nasution, Amrin Fauzi, Endang Sulistya Rini (2019)</p>	<p>- E- Satisfaction</p>		<p><i>Service Quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-Loyalty.</p> <p>- Berdasarkan hasil hipotesis variabel <i>E-Service Quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-Satisfaction.</p> <p>- Berdasarkan hasil hiptesis variabel E-Satisfaction berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-Loyalty.</p> <p>- Berdasarkan hasil hipotesis variabel <i>E-Service Quality</i> berpengaruh positif terhadap E-Loyalty</p>
--	--------------------------	--	--

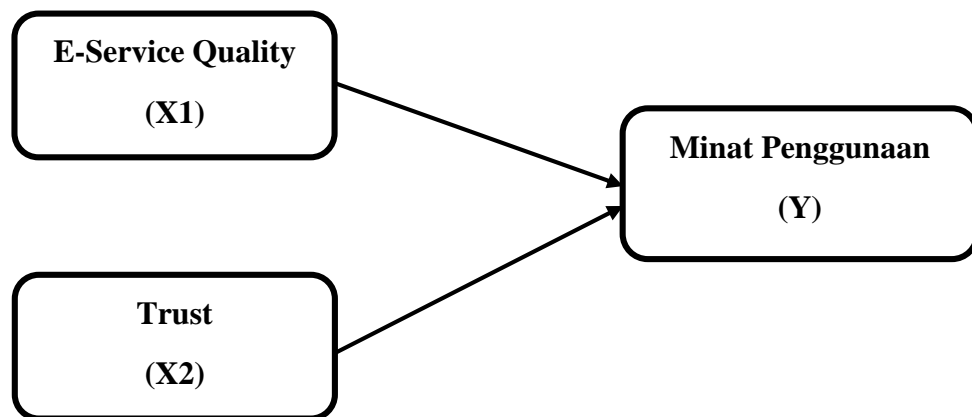
				melalui E-Satisfaction
11.	<p><i>E-Banking Service Quality, E-Customer Satisfaction, And E-Loyalty : A Conceptual Model</i></p> <p>(International Journal of Social Sciences and Humanities)</p> <p>Oleh : Sathiyavany, Shivany (2018)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Service Quality - E-Customer Satisfaction - E- Loyalty 	<p>Model Persamaan Struktural</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan - Terdapat hubungan antara kepuasan dengan E-Loyalty - Ada hubungan signifikan antara Service quality, E-Customer Satisfaction, dan E-Loyalty.
12.	<p><i>Cutomer Perceptions Of E-Service Quality In Online Shopping</i></p> <p>(International Journal of Retail & Distribution Management</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>E-Service Quality</i> - Customer Satisfaction - Purchasing 	<p>Model Persamaan Struktural</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuh dari delapan hipotesis dinyatakan valid, dimana perbedaan individu dan kenyamanan layanan tidak berpengaruh atau tidak dikonfirmasi valid. Sedangkan</p>

	Vol.33 No.2. 161-176) Oleh : Gwo-Guang Lee dan Hsiu- Fen Lin (2005)		kenyamanan layanan, kualitas layanan, dan risiko berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen, yang pada akhirnya akan mempengaruhi minat.
--	--	--	---

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek yang digunakan, dimana penelitian terdahulu mayoritas menggunakan *e-wallet* atau dompet digital konvensional sedangkan pada penelitian ini menggunakan dompet digital berbasis syariah. Selain itu, perbedaan juga terdapat pada variabel, pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah *E-Service Quality* dan *Trust* serta objek penelitian ini yaitu pada ruang lingkup mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta.

2.3. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir ini bertujuan untuk menjelaskan tentang bagaimana proses berfikir peneliti dalam menjalankan penelitian ini. Peneliti membahas tentang pengaruh *E-service quality* dan *Trust* terhadap minat penggunaan aplikasi dompet digital linkaja syariah.



Gambar 2 2 Kerangka Berfikir

Berdasarkan kerangka berfikir di atas dapat diketahui bahwa variabel independen (*E-service quality* dan *Trust*) dan variabel dependen (Minat Penggunaan) memiliki pengaruh satu sama lain, variabel independen tersebut berpengaruh langsung terhadap variabel dependennya.

2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara mengenai suatu kejadian yang diteliti, dikatakan sementara karena baru didasarkan pada teoritis, belum pada penelitian atau fakta empiris. Hipotesis juga dapat dikatakan kesimpulan sementara yang merupakan suatu konstruk yang masih perlu pembuktian atau bisa diartikan kesimpulan yang belum teruji kebenarannya. Dengan demikian hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hipotesis 1 :

E-Service Quality merupakan layanan berbasis elektronik untuk memfasilitasi konsumen dalam berbelanja dengan manfaat lebih efisien baik dari

segi waktu maupun biaya. *E-service quality* menjadi bagian penting karena menjadi pembeda antara bisnis *online* satu dengan bisnis *online* lainnya. Pelaku bisnis akan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen, karena akan berpengaruh dengan minat penggunaan bahkan loyalitas konsumen.

Hal ini relevan dengan hasil penelitian menurut (Karmila & Sunia, 2020), dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality*, *Word Of Mouth*, *Price*, Dan *Promotion* Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Go-Jek (Studi kasus pada masyarakat pengguna Go-Jek di Kota Denpasar)”. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen menggunakan layanan jasa Go-Jek. Penelitian lain oleh (Wulansari & Fadilla, 2021) dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Penggunaan Dompet Digital Linkaja” juga mendapatkan hasil *E-Service Quality* berpengaruh parsial dan simultan terhadap minat penggunaan dompet digital linkaja. Artinya, jika semakin bagus layanan yang disajikan oleh suatu perusahaan maka akan semakin meningkat minat pelanggan dalam menggunakannya.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan :

H1 : Terdapat pengaruh signifikan *E-Service Quality* terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah.

Hipotesis 2 :

Menurut Moorman (1993) mendefinisikan kepercayaan (*trust*) sebagai kesediaan (*willingness*) individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan kepada

pihak lain. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan timbul rasa percaya bagi konsumen dalam menggunakan bahkan menjadi ketergantungan akan suatu barang dan jasa dari sebuah pelaku bisnis.

Hal ini relevan dengan hasil penelitian oleh (Pratama & Saputra, 2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Penelitian lainnya oleh (Utami, 2021) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Linkaja Dengan Kemudahan Sebagai Variable Mediasi (Studi Pada Mahasiswa di Yogyakarta)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan linkaja.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan :

H2 : Terdapat pengaruh signifikan *Trust* terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta. Sedangkan untuk waktu penelitian dilaksanakan pada bulan September-Oktober 2022.

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Kasiram, 2008).

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang melibatkan pengambilan data secara statistik dan terdiri dari angka-angka yang dapat dihitung dan diukur serta dapat diinterpretasikan dalam bentuk grafik, diagram, tabel, dan pengujian hipotesis, sehingga dapat diperoleh informasi seberapa pengaruh faktor — faktor tersebut dalam mempengaruhi minat penggunaan aplikasi Link Aja Syariah bagi Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta.

Alasan peneliti menggunakan metode kuantitatif ini karena beberapa pertimbangan. Pertama, karena penelitian ini bertujuan untuk mencari hubungan antara dua variabel, dan hubungan antar variabel tersebut baru diketahui apabila menggunakan data yang dikumpulkan secara kuantitatif, karena data kuantitatif bisa diuji secara statistik. Kedua, data yang jelas dan terukur lebih kuat untuk

menjadi landasan kebijakan. Ketiga, model struktural dalam penelitian kuantitatif dapat membantu memahami fenomena secara lebih sederhana.

3.3. Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek dari suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari objek/subyek dengan ciri-ciri atau karakteristik tertentu yang peneliti tentukan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi adalah sekelompok orang, benda, dan semua kemungkinan yang menjadi fokus perhatian atau sekelompok objek perhatian. Dalam penelitian ini, populasi yang diambil oleh peneliti adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Mas Said Surakarta yang masih berstatus aktif sampai tahun 2022 dengan jumlah 4.750 mahasiswa dengan kriteria sudah pernah ataupun sedang menggunakan layanan linkaja syariah.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek fokus dalam melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel yang dijadikan sebagai responden pada penelitian ini mengacu pada teknik *slovin* dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n : Besarnya Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas Toleransi Kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya sampel adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{4.750}{1 + 4.750(0,1)^2} = 97,9$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah minimal sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 responden. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 110 responden.

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* dan *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik penentuan sampel dimana tidak semua populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sample. Sedangkan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu atau memiliki kriteria khusus. Adapun kriteria khusus sampel yang diambil sebagai berikut:

- a. Mahasiswa/I aktif FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta yang masih aktif sampai tahun 2022.
- b. Mahasiswa/I yang mengetahui tentang aplikasi LinkAja Syariah.
- c. Mahasiswa/I yang pernah ataupun sedang menggunakan aplikasi LinkAja Syariah.

3.4. Data dan Sumber Data

3.4.1. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2017) data primer adalah data yang didapatkan secara langsung kepada pengumpul data. Penelitian ini bersifat lapangan. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber atau subjek penelitian. Teknik yang digunakan antara lain observasi dan penyebaran kuisisioner. Sumber data primer yaitu kuisisioner yang disebar oleh peneliti kepada responden baik secara online maupun secara langsung. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok serta internet juga dapat menjadi sumber data primer jika koesioner disebarakan melalui internet. Dalam penelitian ini sumber data primer yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuisisioner secara online kepada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta yang masih aktif sampai tahun 2022.

3.4.2. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2017) data sekunder adalah sumber data yang didapatkan dari berbagai informan penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari jurnal-jurnal penelitian, buku, dan informasi dari berbagai media online melalui internet yang diperlukan dalam penelitian. Kemudian data-data tersebut dapat dijadikan sebagai materi pendukung dalam penelitian.

3.4.3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data primer, dimana data tersebut didapatkan dengan cara menyebar kuisisioner kepada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta yang masih berstatus mahasiswa aktif sampai tahun 2022 sebagai subjek penelitian.

Sumber data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti melakukannya dengan cara menyebar angket/kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti. Data yang digunakan:

1. Identitas singkat responden
2. Tanggapan responden mengenai seberapa minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said dalam menggunakan LinkAja Syariah dilihat dari dua variabel yaitu, *E-Service Quality* dan *Trust*.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah suatu pernyataan tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data antara lain :

a. Observasi

Menurut Sugiyono (2017) observasi merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek. Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Dalam penelitian ini observasi dilakukan kepada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta di gedung FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta. Dalam penelitian ini, observasi bertujuan untuk mengetahui minat penggunaan pada aplikasi linkAja syariah.

b. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pemberian pernyataan kepada responden. Metode yang digunakan adalah angket tertutup untuk memberikan kejelasan jawaban responden atas angket tersebut. Penulis menggunakan kuesioner skala Likert. Skala Likert adalah skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap fenomena sosial. Metode pengukurannya adalah dengan menghadap responden pada sebuah pernyataan dan meminta mereka untuk memberikan jawaban dari lima pilihan jawaban yang masing-masing memiliki nilai yang berbeda. Dalam penelitian ini digunakan pernyataan tertutup dengan rentang skala penilaian yaitu:

- a. Sangat Setuju (SS) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Netral (N) : 3
- d. Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

Dalam penelitian ini, kuisioner dibagikan melalui *google form* kepada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta yang masih aktif sampai tahun 2022 dengan rangkaian pernyataan dengan tujuan memperoleh jawaban yang lebih relevan dan memperoleh data yang akurat.

c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2017) dokumentasi adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen berupa lisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung

dalam proses penelitian. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi buku, jurnal, gambar, dan lain lain.

3.6. Variabel Penelitian

Variabel adalah fenomena yang menjadi fokus penelitian yang akan diteliti dan implementasi dari suatu gagasan untuk memungkinkan suatu penelitian dapat diteliti secara empiris. Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel independen dan dependen.

1. Variabel Dependen/Terikat (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang terpengaruh oleh variabel independen (Sarwono, 2006). Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat penggunaan sebagai variabel Y.

2. Variabel Independen/Bebas (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. (Sarwono, 2006). Variabel independen pada penelitian ini adalah *E-Service Quality* sebagai variabel X1, dan *Trust* sebagai variabel X2.

3.7. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk mengetahui jenis dan indikator variabel yang terlibat dalam penelitian ini. Skala pengukuran variabel tersebut ditentukan agar teknik analisis yang digunakan dapat dilakukan dengan benar. Adapun yang menjadi definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Metode Pengukuran
<i>E-Service Quality</i> Tjiptono dan Chandra (2016)	Efisiensi	kemampuan pelanggan untuk mengakses website, mencari produk yang diinginkan dan mencari informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.	Skala Likert
	Reliabilitas	Berkenaan dengan fungsi teknis situs	

		yang bersangkutan, khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.	
	Pemenuhan	Mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk, dan pengiriman produk sesuai waktu yang dijanjikan.	
	Privasi	Jaminan bahwa data perilaku belanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi kartu kredit pelanggan terjamin keamanannya.	

	<p>Daya Tangkap</p>	<p>Kemampuan pengecer online untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul masalah, memiliki mekanisme untuk menangani pengembalian produk, dan menyediakan garansi online.</p>	
	<p>Kompensasi</p>	<p>Meliputi pengembalian uang, dan menyediakan garansi online</p>	
	<p>Kontak</p>	<p>Mencerminkan kebutuhan pelanggan untuk bisa berbicara dengan staff layanan pelanggan secara online atau melalui telepon</p>	

<p><i>Trust</i></p> <p>Robbins (2006)</p>	Integrity	Kejujuran (honest) dan bersikap dengan yang sebenarnya	Skala Likert
	Competence	Pengetahuan dan keterampilan teknis serta standar pribadi	
	Consistency	Handal, dapat diramalkan dan dipertimbangkan yang baik dalam menangani situasi	
	Loyalty	Kesediaan untuk melindungi dan memelihara hubungan pelanggan sebaik mungkin	
	Openness	Kesediaan untuk berbagi gagasan dan informasi	
	Ketertarikan Pada Objek	calon konsumen atau konsumen memiliki perhatian yang selalu	

Minat Walgito (2015)		tertuju dan terpusat pada e-money.	Skala Likert
	Perasaan Senang	Calon konsumen atau konsumen yang berminat untuk menggunakan e-money terlihat memiliki perasaan senang dalam menggunakan e-money dalam bertransaksi.	
	Kecenderungan Untuk Menggunakan	Sering tidaknya calon konsumen atau konsumen berkeinginan untuk menggunakan e-money dalam bertransaksi sehari-hari.	

3.8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu metode untuk memproses suatu data yang akan menjadi informasi, sehingga data tersebut menjadi mudah dipahami dan bermanfaat dalam pemecahan permasalahan penelitian. Tujuan dari adanya teknik analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Dengan melihat kerangka pemikiran, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 22.0.

3.9. Uji Instrumen Penelitian/Kualitas Data

Uji instrumen dilakukan untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini benar atau tidak. Kebenaran kuesioner dapat diketahui dengan melakukan uji validitas. Instrumen (kuesioner) dalam penelitian ini harus handal atau reliabel. Keandalan instrumen dapat diketahui dengan melakukan uji realibilitas instrumen.

3.9.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur dan mengetahui valid atau tidaknya kuesioner. Untuk menguji validitas dapat dilihat pada tabel *Item-Total Statistic*. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, artinya pernyataan tersebut valid dan jika nilai r hitung $<$ r tabel, artinya pernyataan tersebut tidak valid.

3.9.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk menguji apakah jawaban responden yang diberikan pada kuesioner konsisten. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban

responden stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas bisa diukur dengan program SPSS dengan uji statistic *Cronbach's Alpha*. Variabel dikatakan reliable apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ atau ketika mencapai angka minimal 0,70. Jika dibawah 0,70 maka berarti tidak reliabel (Ghozali, 2013).

3.10. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang biasa digunakan untuk menilai kehandalan model atau digunakan sebagai syarat uji untuk analisis regresi linier berganda. Tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Asumsi klasik merupakan syarat yang harus dipenuhi pada model regresi agar model tersebut dapat digunakan sebagai estimator atau alat penduga (Ghozali, 2013)

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan alat uji yang digunakan untuk menguji apakah variabel yang digunakan dalam suatu model regresi berdistribusi normal (Ghozali, 2013). Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan alat uji yang digunakan untuk menguji apakah variabel bebas dalam suatu persamaan regresi berhubungan atau tidak. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas, dapat dilihat dari nilai VIF dan

tollerance. Jika nilai VIF lebih dari 0.1 dan nilai tollerance kurang dari 10, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas (Ghozali, 2013).

c. Uji Heteroskedastisitas

Alat uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat residual variance atau error yang mengacaukan atau mengganggu dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dan nilai residual tetap dari satu pengamatan ke pengamatan lain, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini uji yang digunakan adalah *glejser* (Ghozali, 2013).

3.11. Uji Ketepatan Model

a. Uji F

Uji statistik F menunjukkan bahwa apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Salah satu cara untuk menguji F adalah dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis alternatif yang mengatakan bahwa semua variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara simultan (Ghozali, 2013).

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan atau menggambarkan variasi dalam variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel - variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel

independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar dari penggunaan koefisien determinasi adalah banyaknya variabel bebas yang dimasukkan dalam model. Setiap kenaikan variabel bebas pasti meningkat, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independen (Ghozali, 2013).

Semakin besar R^2 , maka semakin akurat persamaan estimasi regresi linier yang digunakan untuk alat prediksi, karena variasi perubahan variabel terikat bisa dijelaskan oleh perubahan variabel bebas. Jika nilai R^2 semakin dekat dengan satu, maka perhitungan yang dipakai sudah cukup kuat untuk menjelaskan variabel bebas dengan variabel terikat (Ghozali, 2013).

3.12. Uji Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linear Berganda Menurut (Sunyoto, 2014) adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas ($X_1, 2, 3, \dots, n$) terhadap variabel terikat (Y) dengan menggunakan program SPSS. Selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Minat, sedangkan variabel dependennya adalah *E-Service quality*, dan *E-Trust*.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Minat

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi *e-Service Quality*

X1 = *e-Service Quality*

β_2 = Koefisien regresi *e-Trust*

X2 = *e-Trust*

e = Error

3.13. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Uji t digunakan sebagai penguji koefisien regresi secara parsial untuk mengetahui apakah masing-masing *E-Service Quality* dan *Trust* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Linkaja Syariah. Prosedur pengujian sebagai berikut :

- a. Bila nilai signifikan Uji t $> 0,1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *E-Service Quality* dan *Trust* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.
- b. Bila signifikan Uji t $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *E-Service Quality* dan *Trust* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. (Ghozali, 2013).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

Indonesia mempunyai potensi yang cukup besar dalam hal pengembangan industri halal, salah satunya adalah dalam hal perkembangan teknologi. Oleh karena itu, LinkAja melakukan perilisan Layanan LinkAja Syariah sebagai *e-wallet* syariah pertama di Indonesia yang didalamnya terdapat berbagai fitur pembayaran yang sudah mematuhi prinsip-prinsip syariah. Layanan ini juga telah mendapat izin sertifikasi Kesesuaian Syariah dari DSN-MUI setelah terbitnya Fatwa DSN MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 terkait dengan uang elektronik syariah. Tercatat bahwa pengguna LinkAja Syariah sendiri mencapai 1,6 Juta yang dimayoritasi oleh kelompok menengah ke bawah. Hingga akhir maret 2021, layanan LinkAja Syariah sudah digunakan oleh lebih dari 2,5 juta pengguna. Namun jumlah tersebut masih terbilang rendah dibandingkan dengan pengguna dompet digital lainnya.

Pada penelitian ini berdasarkan observasi pra penelitian yang telah dilakukan terhadap 20 mahasiswa, ditemukan 16 mahasiswa yang belum menggunakan layanan linkaja syariah, sedangkan 4 mahasiswa sudah menggunakan layanan linkaja syariah, hal ini menjadi sebuah masalah yaitu masih rendahnya minat mahasiswa terhadap penggunaan layanan linkaja syariah. Padahal mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta memiliki peran dalam pengembangan ekonomi syariah dan penguatan ekonomi digital salah satunya dengan penggunaan dompet digital berbasis syariah. Minimnya minat mahasiswa

dipengaruhi oleh tidak adanya rasa kepercayaan pada layanan linkaja syariah, mereka masih percaya dengan dompet digital lainnya karena dianggap lebih mampu dalam memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan sehari-hari. Disisi lain terdapat kasus bahwa mahasiswa belum tau mengenai layanan linkaja dengan berbasis syariah, artinya kemampuan perusahaan dalam mengenalkan atau mempromosikan layanan ini masih kurang.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *E-Service Quality*, *Trust* dan Minat. Dimana *E-Service Quality* menurut Tjiptono merupakan sejauh mana situs memfasilitasi belanja yang efektif dan efisien dalam hal pembelian, pemasaran, dan pengiriman. *Trust* menurut Robbins merupakan keyakinan bahwa pihak yang dipercayai tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Dan minat menurut Walgito merupakan suatu keinginan untuk menggunakan layanan *e-wallet* sebagai alat pembayaran. Teori tersebut digunakan untuk mengukur minat seseorang dalam penggunaan dompet digital, apabila suatu perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik maka akan menimbulkan rasa kepercayaan bagi penggunanya, dari hal tersebut akan berdampak pada minat atau tidaknya seseorang terhadap dompet digital tersebut.

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, adapun responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta yang pernah menggunakan atau sedang menggunakan layanan linkaja syariah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dan *purposive sampling*. Data responden diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner secara *online* melalui *google form*, data yang sudah terkumpul diidentifikasi

berdasarkan jenis kelamin dan program studi yang bertujuan untuk mengetahui gambaran umum responden dalam penelitian ini. Total kuesioner yang terkumpul melalui *google form* sejumlah 112 kuesioner, sedangkan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah 110 kuesioner. Selanjutnya akan dilakukan analisis data, pada penelitian ini alat yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 22. Pada penelitian ini penulis memilih analisis regresi linier berganda karena sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*E-Service Quality* dan *Trust*) terhadap variabel terikat (Minat).

Objek pada penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta yang masih berstatus aktif sampai tahun 2022. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki tiga program studi, diantaranya Manajemen Bisnis Syariah, Perbankan Syariah dan Akuntansi Syariah, dimana ketiga program studi tersebut sudah terakreditasi A.

4.2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Karakteristik responden diperoleh dari data hasil penyebaran kuesioner secara online yang meliputi : Jenis kelamin dan program studi.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan kuesioner yang sudah dikumpulkan dari 110 responden mengenai data karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin. Adapun secara

lengkap deskripsi responden berdasarkan Jenis Kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut :

Tabel 4. 1
Didistribusikan Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	33	30.0	30.0	30.0
	Perempuan	77	70.0	70.0	100.0
Total		110	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat diketahui dari 110 responden diperoleh data responden laki-laki dengan persentase (30,0), sedangkan untuk data responden perempuan (70,0). Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwa perempuan banyak yang menggunakan linkaja syariah dibandingkan dengan laki-laki. Hal ini karena perempuan cenderung lebih suka sesuatu secara praktis, dengan menggunakan dompet digital maka dapat melakukan berbagai transaksi dalam sehari-hari tanpa menggunakan uang cash, misalnya pembayaran listrik, pembelian pulsa, bahkan kegiatan sosial seperti ZISWAF dan lain-lain. Disisi lain perempuan yang juga merupakan mahasiswa disebut generasi milenial. Generasi milenial adalah mereka yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai 2000. Pola hidup yang sedang terjadi pada generasi milenial adalah pola hidup *cashless* atau disebut sistem pembayaran tanpa uang tunai.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Berdasarkan kuesioner yang sudah dikumpulkan dari 110 responden mengenai data karakteristik responden berdasarkan Program Studi. Adapun secara

lengkap deskripsi responden berdasarkan Program Studi dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4. 2
Didistribusikan Frekuensi Responden Berdasarkan Program Studi

		Program Studi			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Manajemen Bisnis Syariah	32	29.1	29.1	29.1
	Perbankan Syariah	51	46.4	46.4	75.5
	Akuntansi Syariah	27	24.5	24.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini sampel yang diambil adalah mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta dengan tiga program studi, yaitu Manajemen Bisnis Syariah, Perbankan Syariah, dan Akuntansi Syariah. Dari olah data diatas dapat diketahui hasil responden berdasarkan program studi yaitu, Manajemen Bisnis Syariah (29,1), Perbankan Syariah (46,4), dan Akuntansi Syariah (24,5). Dari hasil diatas dari 3 program studi yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta sudah memberikan perwakilan terhadap karakteristik responden penelitian ini.

Hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa responden dari program studi Perbankan Syariah menduduki jumlah terbanyak, diikuti oleh program studi Manajemen Bisnis Syariah, dan yang paling rendah adalah Akuntansi Syariah. Hal ini berarti mahasiswa dari program studi perbankan syariah banyak yang minat dalam menggunakan linkaja syariah. Program studi perbankan syariah cenderung lebih sering melakukan praktik yang berhubungan langsung dengan instansi perbankan dan penggunaan dompet digital, sehingga minat penggunaan dan

kebutuhan akan penggunaan dompet digital lebih besar dibandingkan dengan program studi lainnya.

4.3. Hasil Pengujian dan Hasil Analisis

4.3.1 Hasil Uji Instrumen Data

Uji instrumen dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji kuesioner apakah akurat, valid, dan dapat dipertanggungjawabkan. Uji instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas:

A. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan pada tiga variabel yaitu *E-Service Quality*, *Trust*, dan *Minat*. Dilakukan dengan korelasi biverate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Teknik yang digunakan adalah dengan membandingkan antara nilai *r* hitung dengan *r* tabel. Pada *r* tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan $df = N-2 = 28$, yaitu sebesar 0,361. Apabila *r* hitung $>$ *r* tabel maka pernyataan tersebut valid, begitupun sebaliknya apabila nilai *r* hitung $<$ *r* tabel maka pernyataan dikatakan tidak valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 4. 3
Hasil Uji Validitas

No Butir Instrumen	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,878	0,361	Valid
X1.2	0,881	0,361	Valid
X1.3	0,793	0,361	Valid
X1.4	0,843	0,361	Valid
X1.5	0,753	0,361	Valid
X1.6	0,804	0,361	Valid
X1.7	0,831	0,361	Valid
X1.8	0,782	0,361	Valid

X1.9	0,752	0,361	Valid
X2.1	0,840	0,361	Valid
X2.2	0,869	0,361	Valid
X2.3	0,845	0,361	Valid
X2.4	0,693	0,361	Valid
X2.5	0,816	0,361	Valid
X2.6	0,719	0,361	Valid
X2.7	0,853	0,361	Valid
Y.1	0,693	0,361	Valid
Y.2	0,838	0,361	Valid
Y.3	0,906	0,361	Valid
Y.4	0,858	0,361	Valid

Sumber : Data Primer, diolah (2022)

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini digunakan untuk menguji konsisten atau tidaknya jawaban dari responden atas pernyataan pada kuesioner. Kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam mengukur reliabilitas pada instrumen penelitian dilakukan dengan *Cronbach's Alpha*. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut :

Tabel 4. 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Minimal Cronbach's Alpha Yang Diisyaratkan	Keterangan
<i>E-Service Quality</i>	0,935	0,70	Reliabel
<i>Trust</i>	0,910	0,70	Reliabel
Minat	0,837	0,70	Reliabel

Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Service Quality*, *Trust*, dan Minat menunjukkan hasil reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70.

4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Terdapat dua cara untuk menguji residual data terdistribusi normal atau tidak, yakni dengan melihat grafik normal probability dan uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Hasil uji normalitas ditunjukkan pada tabel 4.5 sebagai berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60141962
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.056
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Penelitian ini menggunakan uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Ketentuan uji ini apabila nilai sig > 0,05 maka data telah terdistribusi normal, dan sebaliknya apabila nilai sig < 0,05 maka data tidak terdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan yang didapat adalah sebesar 0,200. Hal ini dapat disimpulkan bahwa residual telah terdistribusi normal karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05.

B. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Kriteria pada uji ini yaitu, apabila $tollerance \geq 0,10$ atau $VIF \leq 10$ maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.6 Sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kriteria
<i>E-Service Quality</i>	0,573	1,744	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Trust</i>	0,573	1,744	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *tollerance* untuk variabel *E-Service Quality* dan *Trust* adalah 0,573 yang berarti nilai tersebut diatas 0,10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen.

Berdasarkan nilai VIF untuk variabel *E-Service Quality* dan *Trust* adalah 1,744 yang berarti nilai tersebut dibawah 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamat kepengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan apabila berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada tidaknya

heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji *glejser*. Kriteria uji ini apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut :

Tabel 4. 7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.989	.867		2.293	.024
	X1	.050	.030	.209	1.678	.096
	X2	-.092	.039	-.296	-2.376	.079

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Tabel 4. 8
Hasil Uji Heteroskedastisitas Yang Dikelompokan

Variabel	SIG	Kriteria
<i>E-Service Quality</i>	0,096	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
<i>Trust</i>	0,079	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan masing-masing variabel antara lain, variabel *E-Service Quality* (0,096) dan variabel *Trust* (0,079). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai uji kedua variabel lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3.3 Hasil Uji Ketepatan Model

A. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui benar atau tidaknya model dalam penelitian. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen atau terikat. Kriteria pengambilan keputusan yaitu dengan membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel. Apabila nilai Fhitung $>$ Ftabel maka dapat dikatakan seluruh variabel independen berpengaruh simultan terhadap variabel dependen, begitu sebaliknya apabila nilai Fhitung $<$ Ftabel maka dikatakan variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.9 Sebagai berikut :

Tabel 4. 9
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	239.556	2	119.778	45.848	.000 ^b
	Residual	279.535	107	2.612		
	Total	519.091	109			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 45,848. Sedangkan untuk Ftabel yaitu sebesar 3,08. Maka dapat dibandingkan bahwa $45,848 > 3,08$ artinya Fhitung $>$ Ftabel. Berdasarkan hasil uji dapat disimpulkan bahwa *E-Service Quality* dan *Trust* berpengaruh (simultan) terhadap minat penggunaan.

B. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai *Adjusted R Square* digunakan untuk menentukan model terbaik oleh para peneliti. Koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel *Model Summary* dalam kolom *Adjusted R Square*. Besar nilai *Adjusted R Square* menunjukkan seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.10 Sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.461	.451	1.616

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas, hasil dari olah data diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,451 yang artinya variasi dari variabel minat penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel *E-Service Quality* dan *Trust* sebesar 45,1%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 54,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.

4.3.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah suatu persamaan regresi yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen yakni *E-Service Quality* dan *Trust*, serta variabel dependen yakni Minat. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.11 Sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.592	1.526		.388	.699
	X1	.181	.052	.324	3.455	.001
	X2	.306	.068	.422	4.506	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,592 + 0,181X_1 + 0,306X_2 + e$$

Hasil dari persamaan regresi linier berganda diatas maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar positif 0,592 menunjukkan bahwa jika variabel independen (*E-Service Quality* dan *Trust*) dianggap 0, maka nilai Minat Penggunaan sebesar 0,592.
2. Nilai koefisien regresi variabel *E-Service Quality* (X1) sebesar 0,181 menunjukkan bahwa setiap kenaikan *E-Service Quality* akan meningkatkan minat penggunaan sebesar 0,181 tanpa dipengaruhi faktor lain.

3. Nilai koefisien regresi variabel *Trust* (X2) sebesar 0,306 menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Trust* akan meningkatkan minat penggunaan sebesar 0,306 tanpa dipengaruhi faktor lain.

4.3.5 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah signifikan atau tidak suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Cara menentukannya yaitu dengan membandingkan antara t tabel dan t hitung, apabila nilai t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap dependen, sebaliknya apabila t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji hipotesis (uji t) dapat dilihat pada tabel 4.12 sebagai berikut :

Tabel 4. 12
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.592	1.526		.388	.699
	X1	.181	.052	.324	3.455	.001
	X2	.306	.068	.422	4.506	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil untuk t tabel dicari pada sig 0,05, kemudian untuk nilai $df = 110 - 3 = 107$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,98238/1,982.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel diatas dapat diketahui bahwa:

Hasil probabilitas signifikansi variabel *E-Service Quality* sebesar 0,001. Artinya nilai signifikan $0,001 < 0,05$, dan untuk nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $3,455 > 1,982$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel *E-Service Quality* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan.

Hasil probabilitas signifikansi variabel *Trust* sebesar 0,000. Artinya nilai t atau signifikan $0,000 < 0,05$, dan untuk nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $4,506 > 1,982$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel *Trust* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan.

4.4. Pembahasan Hasil Analisis Data

Berdasarkan dari hasil analisis data penelitian tentang “Analisis Pengaruh *E-Service Quality* dan *Trust* Terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah Sebagai Dompot Digital (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)” mendapatkan hasil sebagai berikut :

4.4.1 Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah

Berdasarkan analisis pengaruh yang telah dilakukan, *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah. Dibuktikan dengan nilai *t-statistics* sebesar $3,455 > 1,982$ dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Berdasarkan hasil ini H_1 yang menduga persepsi *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, dapat diterima. Pengaruh positif dan signifikan menunjukkan apabila semakin tinggi *E-Service*

Quality yang disajikan, maka akan meningkatkan Minat penggunaan terhadap dompet digital Linkaja Syariah.

E-Service Quality dapat diartikan sebagai penyediaan layanan melalui jaringan internet. Menurut Tjiptono (2016), *E-Service Quality* merupakan sejauh mana situs memfasilitasi belanja yang efektif dan efisien dalam hal pembelian, pemasaran, dan pengiriman. Parasuraman juga mendefinisikan *E-Service Quality* sebagai website yang secara efisien dan efektif memfasilitasi berbagai kegiatan baik produk ataupun layanan. Dengan seiring pertumbuhan yang cepat dan penggunaan internet yang sangat besar dalam penggunaan situs web, layanan elektronik menjadi salah satu hal yang penting bagi perusahaan di sektor jasa. Kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) menentukan keberhasilan atau kegagalan dalam aplikasi dompet digital.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Parasuraman, *E-service quality* berpengaruh terhadap minat seseorang dalam menggunakan dompet digital, *e-service quality* yang dilakukan dengan baik dapat meningkatkan minat penggunaan suatu layanan, konsumen cenderung senang dan puas jika layanan yang diberikan baik dan mampu memberikan kenyamanan yang diinginkan. Artinya apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sudah baik maka minat akan penggunaan dompet digital juga dapat meningkat dan pengguna cenderung menggunakan dompet digital tersebut secara terus menerus.

Penelitian ini memaparkan hasil yang memperkuat penelitian terdahulu oleh Karmila & Sunia (2020) yaitu, *E-Service Quality* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan jasa Go-Jek. Penelitian lain oleh Wulansari & Fadilla

(2021) dengan hasil penelitian bahwa E-Service Quality berpengaruh parsial dan simultan terhadap minat penggunaan dompet digital linkaja. Yang artinya semakin bagus kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan maka akan semakin meningkatkan minat pelanggan dalam menggunakannya. Menurut Walgito (2015), seseorang yang sudah minat terhadap sesuatu cenderung akan menggunakannya, merasakan senang saat menggunakan, dan terjadi penggunaan ulang terhadap layanan dompet digital linkaja syariah.

4.4.2 Pengaruh *Trust* terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah. Dibuktikan dengan nilai *t-statistics* sebesar $4,506 > 1,982$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil ini H_2 yang menduga persepsi *Trust* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, dapat diterima. Pengaruh positif dan signifikan menunjukkan apabila semakin tinggi *Trust* yang disajikan, maka akan meningkatkan Minat penggunaan terhadap dompet digital Linkaja Syariah.

Menurut Moorman (1993) mendefinisikan kepercayaan (*trust*) sebagai kesediaan (*willingness*) individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan kepada pihak lain. Konsep kepercayaan disini adalah kehandalan pihak produsen atau penyedia layanan dompet digital dalam menjamin keamanan dan kerahasiaan instrumen yang digunakan konsumen untuk membuat penggunaanya percaya.

Kepercayaan (*trust*) dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi untuk mengurangi kompleksitas sosial dalam menghadapi kemungkinan yang tidak

diinginkan. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin dapat dipercaya penyedia layanan dompet digital, maka pengguna akan merasa tenang dalam menggunakannya, dikarenakan layanan dompet digital tersebut memiliki pelayanan yang baik, bertanggung jawab dan berintegritas tinggi. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Priyono (2017) yang menyatakan bahwa dalam kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian, secara otomatis mengandung risiko. Dalam kondisi yang berisiko, diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan. Transaksi digital mengandung ketidakpastian dan risiko yang besar. Oleh karena itu, pengguna dompet digital atau *e-wallet* perlu membangun kepercayaan untuk mengurangi anggapan risiko. Pengguna yang yakin dan percaya akan layanan *e-wallet*, maka akan menggunakan dan menganggap dompet digital atau *e-wallet* menghasilkan dampak yang positif bagi penggunanya.

Penelitian ini memaparkan hasil yang memperkuat penelitian terdahulu oleh Pratama & Saputra (2019) yaitu, *Trust* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Dan penelitian oleh Utami (2021) dengan hasil penelitian, kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan linkaja. Yang artinya semakin besar kepercayaan akan meningkatkan minat pelanggan dalam menggunakannya. Kepercayaan seperti memberikan jasa sesuai yang dijanjikan, selalu memperhatikan minat penggunaan dan kompeten, efektif dalam menyediakan layanan keuangan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan penelitian tentang pengaruh *E-Service Quality* dan *Trust* Terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah Sebagai Dompet Digital Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan linkaja syariah. Dengan hasil nilai *t-statistics* sebesar $3,455 > 1,982$ dan probabilitas signifikansi variabel *E-Service Quality* sebesar $0,001$. Artinya nilai *t* atau signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini disebabkan karena dalam dompet digital linkaja syariah memiliki berbagai fitur-fitur yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan sehari-hari secara efektif dan efisien, selain itu linkaja syariah bebas biaya administrasi bulanan dalam hal ini linkaja syariah tidak merugikan penggunaannya. Linkaja syariah juga sangat menjaga kerahasiaan data pengguna sehingga pengguna bisa nyaman dalam bertransaksi.
2. *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan linkaja syariah. Dengan hasil nilai *t-statistics* sebesar $4,506 > 1,982$ dan probabilitas signifikansi variabel *Trust* sebesar $0,000$. Artinya nilai *t* atau signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini disebabkan karena pengguna linkaja syariah memiliki kepercayaan dalam menggunakan dompet digital ini, jika kualitas pelayanan yang diberikan baik maka akan menimbulkan kepercayaan bagi pengguna.

Kepercayaan dapat diukur dari berbagai hal. Linkaja syariah sendiri sudah terdaftar dapat DSN MUI sehingga para pengguna percaya bahwa dompet digital linkaja syariah sudah sesuai dengan kaidah syar'i baik fitur maupun penerapan transaksinya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

1. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan secara online, hal ini masih kurang efektif karena tidak semua calon responden peduli atau memberikan feedback untuk mengisi kuesioner yang telah disebar.
2. Variabel pada penelitian ini hanya menggunakan dua variabel, sehingga banyak variabel lain yang kemungkinan mempengaruhi minat penggunaan linkaja syariah.
3. Pada penelitian ini penulis hanya menggunakan sampel pengguna linkaja syariah pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta sebagai objek penelitian.

5.3 Saran

Dengan keterbatasan penelitian ini, maka penulis memberikan saran kepada peneliti selanjutnya sebagai berikut :

1. Menghimpun data primer dengan sebaik mungkin sehingga akan mendapatkan hasil penelitian yang maksimal.

2. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti minat penggunaan dengan memakai variabel yang lebih luas dan berbeda dengan penelitian ini.
3. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan skala lebih besar atau sampel yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abu, A., & Widodo, S. (2007). *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Al-albani, dkk. (2008). *Shahih At-Targhib Wa At Tarhib, Terj. Izzaudin Karim*. Jakarta : Pustaka Sahifa.
- Depdiknas. (2001). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariant dengan Program IBM SPSS. Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kasiram, M. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif* . Malang: UIN Malang Press.
- Kotler, P. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- M Yunus. (2012). *Pengaruh Pelayanan Islami Karyawan Terhadap Minat Nasabah Menabung Dengan Akad Syariah di BMT Mitra Muamalat Kudus*. Jakarta : Raja Grafindo Husada.
- Nasution, N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Semarang: Ghalia Indonesia.
- P.Robbins, S. (2006). *Perilaku Organisasi. Edisi Sepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, Cetakan Kedua*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Super, D., & Crites H, O. (2003). *Avocational interest patterns: A study in the psychology of a vocations*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality, & Satisfaction, Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI.
- Walgito. (2015). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Jurnal :

- Alfarizi, M., Hanum, R., & Hidayat, S. (2021). Optimizing the Use of Sharia Digital Transactions To Support Indonesia's Economic Recovery. *6(1)*, 122-132.
- Faridhal, M. (2020). Analisis Transaksi Pembayaran Non-Tunai Melalui *E-Wallet* : Perspektif. *JIMFEB Universitas Brawijaya Vol.7 (2)*.
- Uddin, M.S., Anggota, Yesmin, A., & dkk. (2014). Sistem E-Wallet untuk Bangladesh Sebagai Sistem Pembayaran Elektronik. *International Journal of Modeling and Optimization*, 217-219.
- Arpizal. (2021). The influence of Price, Service Quality, Trust on Customer Satisfaction in the Islamic Economy Perfection in Online Business. *FINEST Jurnal Riset dan Pengembangan Ekonomi Islam*, *5(1)*, 23-50.
- Astuti, I. S., & Nugroho, E. S. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Go-Pay . *Jurnal Manajemen Vol.13 (1)*, 26-36.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, *35(8)*, 982-1003.
- Eluke Edwin, N., & Sunny R. Igwe, P. (2021). The Effect Of Trust And Service Quality On Purchase Decisions Of Online Shoppers. *International Journal of Advanced Academic Research*, *Vol.7*.
- Fitriani, M., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-Trust* Terhadap Minat Beli Konsumen Lazada Di Media Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan (JEKPEND) Volume 4 Nomor 2*, 46-51.
- Islamiah, M. H., Purwanto, I., Gunawardana, K. T., & Arrosyad, E. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay di Jawa Tengah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Vol.8 No.2*, 303 - 315.
- Karmila, N. W., & Sunia, I. W. (2020). Pengaruh *E-Service Quality*, Word Of Mouth, Price, dan Promotion Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Go-Jek (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna Go-Jek Di

- Kota Denpasar). *TIERS Information Technology Journal Vol.X, No.X*, 41-54.
- Lee, G.-G., & Lin, H.-f. (2005). Customer Perceptions Of *E-Service Quality* In Online Shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management Vol.33, No.2*, 161-176.
- Listianti, U. Y. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan *E-money* pada Mahasiswa FEB UMS. *Jurnal*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promo Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga Vol.9, No.3*.
- Mayer, R. e. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*.
- Monica, N., & Tama, A. I. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce. *JRAK Vol.8 No.1*, 27-41.
- Moorman, Christine, Deshpande, R., & Zaltman, G. (1993). Factors Affecting Trust in Market Research Relationship. *Journal of Marketing, Vol.57*, 81-101.
- Nasution, H., Fauzi, A., & Rini, E. S. (2019). The Effect *E-Service Quality* On E-Loyalty Through E-Satisfaction On Students Of Ovo Application Users At The Faculty Of Economic And Business, University Of North Sumatra. *European Journal of Management and Marketing Studies, Vol.4, ISSN 2501-9988*, 146-162.
- Nuraeni, E., & Somantri, B. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* OVO di Masa Pandemi. *WINTER Journal Vol.2 (1)*, 20-31.

- Nurlina. (2017). Pengaruh *E-Service Quality* Dan Kepercayaan Online Terhadap Minat Pembelian Toko Online Di Tokopedia. *Jurnal Lentera Bisnis Vol.6 No.2*.
- Parasuraman, A., Malhotra, A., & Zeithaml, V. (2002). Service Quality Delivery Through Web Sites : A Critical Review of Extant Knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science* 30(4), 362-375.
- Prakosa, D., & Pradhanawati, A. (n.d.). Pengaruh *E-Trust* Dan *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* Dengan *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.IX, No.IV*.
- Pratama, A. B., & Saputra, I. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.27.2.*, 927-953.
- Prayitno. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan terhadap Keputusan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol.15, No.3*, 321-328.
- Priyono, A. (2017). Analisis Pengaruh *Trust* dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis Vol.21 No.1*, 88-106.
- Robbins, Stephen P., dan Judge, Timothy A (2007). *Organizational Behaviour*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Generasi Milenial Kota Semarang . *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Vol.1 (2)*, 66-80.
- Sundaram, V., Ramkumar, D., & Shankar, P. (2017). Impact Of *E-Service Quality* On Customer Satisfaction And Loyalty Empirical Study In India Online Business. *Jurnal KINERJA, Vol.21, No.1*, 48-69.
- Utami, M. K. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Linkaja Dengan Kemudahan

Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa di Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol.9 No.2*, 331-342.

Welliam, T. (2012). Pengaruh Persepsi Kegunaan, *E-Service Quality*, dan *E-Loyalty* Program Terhadap Minat Menggunakan Ulang Website Gramedia Online. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(4).

Zeithmal, V. P. (2005). E-S-QUALA Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, Volume 7. No.X, 1-21.

Website :

<https://www.republika.co.id/berita/qrna7h383/linkaja-syariah-miliki-25-juta-pengguna-di-tahun-pertama> (Diakses pada 11 Mei 2022)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia> (Diakses pada 11 Mei 2022)

Lampiran 2

Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat

Perkenalkan nama saya Amalia Khoirunnisa' mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang saat ini sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul "**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *TRUST* TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH SEBAGAI DOMPET DIGITAL (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)**". Untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Untuk itu saya mohon kesediaan Mahasiswa/I berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner sesuai dengan petunjuk pengisiannya. Dengan kriteria sebagai berikut :

1. Mahasiswa/I aktif FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta
2. Mengetahui aplikasi linkaja syariah
3. Pernah atau sedang menggunakan layanan linkaja syariah

Sesuai dengan etika dalam penelitian data yang saya peroleh akan dijaga kerahasiaannya dan informasi ini akan digunakan semata-mata untuk kepentingan penelitian.

Demikian atas perhatian dan kesediaan Mahasiswa/I yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Amalia Khoirunnisa'

A. Identitas Responden

Nama :

NIM :

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Perbankan Syariah

Akuntansi Syariah

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

B. Kuesioner (Pernyataan)

Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban dari pernyataan yang tersedia dan pastikan anda menjawab kuesioner ini dengan jujur, setiap pernyataan masing-masing memiliki bobot angka 1-5 dengan keterangan:

Jenis Jawaban	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

1. E-Service Quality

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Aplikasi linkaja syariah mudah dalam mengakses dan menggunakannya					

2.	Linkaja syariah memiliki fitur-fitur yang membantu penggunanya dalam bertransaksi sesuai kebutuhan					
3.	Menurut saya, linkaja syariah selalu memenuhi janji ketika ada penawaran promo					
4.	Linkaja syariah melindungi informasi data pribadi penggunanya					
5.	Informasi keuangan dan transaksi pengguna linkaja syariah aman dan terlindungi					
6.	Linkaja syariah cepat dan tanggap dalam menangani keluhan ketika terjadi masalah					
7.	Saat menggunakan linkaja syariah saya hanya memerlukan sedikit waktu dalam menunggu tanggapan dari pihak linkaja syariah					
8.	Linkaja syariah memberikan kompensasi saat transaksi saya mengalami kegagalan					
9.	Linkaja syariah menyediakan pusat bantuan (telepon, e-mail, dan lain-lain) apabila pengguna memerlukan pertanyaan, permohonan, atau keluhan					

2. *Trust*

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
-----	------------	-----	----	---	---	----

1.	Saya percaya linkaja syariah akan selalu menjaga reputasinya					
2.	Saya percaya linkaja syariah akan memenuhi apa yang dibutuhkan dan diharapkan penggunanya					
3.	Saya percaya linkaja syariah memiliki kemampuan produk-produk yang berkualitas					
4.	Saya percaya linkaja syariah akan menangani dengan baik jika terjadi kendala pada sistem aplikasi atau problem lainnya					
5.	Saya percaya linkaja syariah memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan terbaik bagi penggunanya					
6.	Saya percaya linkaja syariah selalu memberikan informasi secara akurat dan up to date kepada penggunanya					
7.	Layanan linkaja syariah dapat saya terima dengan baik					

3. Minat Penggunaan

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya tertarik menggunakan linkaja syariah karena kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik					
2.	Saya tertarik menggunakan linkaja syariah karena saya percaya bahwa linkaja syariah memiliki layanan yang sudah sesuai dengan kaidah islam					

3.	Saya merasa senang menggunakan linkaja syariah karena dapat membantu saya dalam melakukan transaksi sehari-hari					
4.	Saya akan selalu menggunakan metode pembayaran linkaja syariah untuk setiap transaksi					

19.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4
20.	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	2
21.	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
22.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	
23.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
24.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
25.	4	4	5	4	5	5	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	
26.	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	
27.	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	
28.	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	
29.	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	
30.	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	3	4	5	

Lampiran 4

Rekap Data Kuesioner

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4
4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	3	5	5	3	3	5	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5
5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4
5	5	4	5	4	4	3	5	5	4	3	4	4	3	4	5	5	5	4	5
5	4	3	4	5	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	4	5	4	3	5
5	5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	5	5	4
5	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	3	2	3	4	4
5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5
4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	5	5	3	5	3	4	4	4
5	3	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	5	4	3	3	4	3	3	4
5	3	4	4	4	3	5	5	4	3	4	3	4	5	5	4	4	3	5	4
4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	3	4	5
5	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5	4

5	4	5	4	5	4	3	3	5	4	4	4	3	4	5	3	4	3	3	5
4	5	4	3	5	3	3	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	3	5
4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	3	4	3	3	4
5	3	3	5	4	3	4	3	4	3	5	4	3	3	5	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	2
3	4	3	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3
4	4	4	3	3	3	3	4	5	3	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3
5	5	4	5	5	4	3	3	5	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4	2
4	4	4	3	3	3	2	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3
4	4	4	4	5	4	3	4	5	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3
5	5	4	4	4	3	3	2	4	2	3	4	4	4	5	4	4	3	4	2
3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	2
4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	5	3	4	3	4	4	2	4	3
3	4	3	4	4	2	3	3	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3
4	4	3	4	3	4	3	4	5	2	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	5	4	4	5	5	5	4	5	4
4	4	4	5	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	5
5	5	5	5	5	4	3	4	5	2	5	5	3	4	5	4	5	5	5	1
3	4	4	5	4	5	4	3	2	3	4	3	4	3	5	5	4	5	3	4

5	4	3	3	4	4	5	3	5	5	3	4	5	3	4	4	5	4	4	5
4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	3	5
2	4	3	4	4	3	2	3	5	2	4	5	4	4	3	4	3	2	4	3
3	4	4	5	4	3	5	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4
4	4	5	4	5	4	5	2	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3
4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	3	3	4	5	4	5
4	4	3	3	4	4	4	5	3	5	3	4	4	3	4	5	3	3	5	4
5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3
4	4	5	4	5	3	3	3	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	3
5	5	4	5	5	3	3	3	4	3	4	5	3	3	3	4	4	3	4	2
3	3	2	4	4	3	2	4	5	3	4	5	3	3	3	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	3	3	3	4	2	4	5	4	3	3	4	5	3	5	3
3	4	3	5	5	3	2	3	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	3
5	5	4	3	3	4	3	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3
5	4	5	4	4	3	3	3	4	3	3	5	4	3	4	3	4	4	4	2
3	3	3	4	4	3	2	4	5	2	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4
2	4	3	4	3	4	2	4	5	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	3	4	2
3	5	3	4	4	3	3	4	4	5	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	3	3	4	3	4	2	3	2
3	3	3	4	4	3	3	3	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3

4	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	4	5	3	4	4
4	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5
4	4	4	3	3	3	3	4	5	2	3	4	4	3	3	4	5	3	4	3
5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3
4	3	3	4	3	4	2	3	5	2	3	4	3	3	2	3	4	2	3	2
5	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	3
5	4	3	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	5	3	5	4	4	3
4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	3	4	4	3	2	3	4	2	4	4	3	4	3	4	5	3	4	3
4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	3	3	3	5	4	5	4	4	3
4	4	4	4	3	5	3	5	4	5	5	4	3	5	4	5	4	3	5	4
5	4	4	4	3	5	3	5	3	5	4	4	3	5	4	4	5	3	5	4
4	4	3	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	2	3	5	4	4	5	4	4	3	4	4	2	5	2
4	4	4	4	4	4	2	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3
4	3	2	4	4	3	3	3	5	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	2
3	3	3	4	4	4	2	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3
5	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	5	3	3	2	4	4	4	4	2
4	4	3	3	3	3	2	4	5	3	4	5	4	3	2	4	4	3	4	2
3	4	3	4	4	3	2	4	4	3	4	5	3	3	2	3	3	2	4	2
4	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5

4	5	4	5	4	4	4	4	5	2	5	2	3	3	4	3	5	3	5	4
5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4
3	2	3	2	3	2	4	3	2	4	3	3	2	1	1	3	2	2	2	2
5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	5	4	4	4
4	3	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
4	3	3	4	5	2	2	3	4	3	3	4	4	3	2	3	4	2	3	3
4	4	3	3	3	3	2	4	5	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2
3	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	2
4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	3	3	5	4	5	4	4	3
3	4	3	4	4	3	2	2	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3
2	3	3	4	3	4	3	2	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
4	4	3	3	3	2	3	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	3
5	4	3	4	4	2	3	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4
4	4	4	5	5	3	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4
5	5	4	4	4	3	3	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	5	3	4	4	4	4	2	5	3

4	4	4	4	4	4	4	3	5	2	3	5	4	3	4	3	4	2	3	3
4	5	3	3	3	3	3	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	3	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
2	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	5	3	4	2	4	3

X2.2	Pearson Correlation	.676**	1	.728**	.593**	.811**	.395*	.648**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.031	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.597**	.728**	1	.557**	.557**	.717**	.620**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.362*	.593**	.557**	1	.585**	.326	.534**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.049	.001	.001		.001	.079	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.601**	.811**	.557**	.585**	1	.370*	.652**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.001		.044	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.688**	.395*	.717**	.326	.370*	1	.595**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.031	.000	.079	.044		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.775**	.648**	.620**	.534**	.652**	.595**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2 Total	Pearson Correlation	.840**	.869**	.845**	.693**	.816**	.719**	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y Total
Y.1	Pearson Correlation	1	.443*	.644**	.341	.693**
	Sig. (2-tailed)		.014	.000	.065	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.443*	1	.646**	.651**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.014		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.644**	.646**	1	.728**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.341	.651**	.728**	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	.065	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Y Total	Pearson Correlation	.693**	.838**	.906**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	4

Hasil Uji Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	33	30.0	30.0	30.0
	Perempuan	77	70.0	70.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Program Studi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Manajemen Bisnis Syariah	32	29.1	29.1	29.1
	Perbankan Syariah	51	46.4	46.4	75.5

Akuntansi Syariah	27	24.5	24.5	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Hasil Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60141962
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.056
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	1	(Constant)	.592			1.526		.388
	X1	.181	.052	.324	3.455	.001	.573	1.744
	X2	.306	.068	.422	4.506	.000	.573	1.744

a. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	1	(Constant)	1.989			.867
	X1	.050	.030	.209	1.678	.096
	X2	-.092	.039	-.296	-2.376	.079

a. Dependent Variable: ABS_RES

Hasil Uji Ketepatan Model

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	239.556	2	119.778	45.848	.000 ^b
	Residual	279.535	107	2.612		
	Total	519.091	109			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.461	.451	1.616

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	.592	1.526		.388	.699
	X1	.181	.052	.324	3.455	.001
	X2	.306	.068	.422	4.506	.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.592	1.526		.388	.699
	X1	.181	.052	.324	3.455	.001
	X2	.306	.068	.422	4.506	.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 6

Daftar Riwayat Hidup

BIODATA DIRI**DATA PRIBADI**

Nama : Amalia Khoirunnisa'
 Tempat/Tanggal Lahir : Boyolali, 07 April 2001
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Hobi : Traveling, Menonton Film, Bermain Tenis Meja
 Alamat : Jampen Rt 04 Rw 06 Kismoyoso, Ngemplak,
 Boyolali
 Status : Belum Menikah
 Tinggi/Berat Badan : 157 cm/65 kg
 No.Telp/Wa : 08983620831
 Email : amaliakhoirunnisa846@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

1. SDN Kismoyoso II : Tahun 2006-2012
2. MTsN 1 Surakarta : Tahun 2012-2015
3. MAN 1 Surakarta : Tahun 2015-2018
4. UIN Raden Mas Said Surakarta : Tahun 2018-2022

Demikian biodata ini saya buat sebenar-benarnya, atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Lampiran 7

Hasil Cek Plagiarisme

ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN TRUST
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH SEBAGAI
DOMPET DIGITAL PADA MAHASISWA FEBI UIN RADEN MAS
SAID SURAKARTA

ORIGINALITY REPORT

24%	24%	10%	11%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	8%
2	e-journal.ivet.ac.id Internet Source	2%
3	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%
4	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
5	journal.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
6	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
7	journal.staihubbulwathan.id Internet Source	1%
8	repositori.usu.ac.id Internet Source	1%