

PENERAPAN MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)* TERHADAP PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT LINKAJA SYARIAH*
(Studi Pada Pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi)

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 :

LUTVIA KARISMA PUTRI

NIM: 18.52.31.180

PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING
PENERAPAN MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE*
OF TECHNOLOGY (UTAUT)* TERHADAP PENGGUNAAN *DIGITAL
PAYMENT LINKAJA SYARIAH
(Studi Pada Pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi)

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 :

LUTVIA KARISMA PUTRI
NIM: 18.52.31.180

Surakarta, 26 Oktober 2022

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Yulfan A Nurohman. S.E.,M.M.
NIP. 19860613 201701 1 177

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : LUTVIA KARISMA PUTRI
NIM : 185231180
JURUSAN / PRODI : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“PENERAPAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) TERHADAP PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT LINKAJA SYARIAH**

(Studi Pada Pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi)”

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, 26 Oktober 2022



Lutvia Karisma Putri

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : LUTVIA KARISMA PUTRI
NIM : 185231180
JURUSAN / PRODI : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“PENERAPAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) TERHADAP PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT LINKAJA SYARIAH (Studi Pada Pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi)”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar benar melakukan penelitian dan mengambil data dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada pengguna LinkAja Syariah Di Kabupaten Ngawi. Apabila dikemudian hari diketahui skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 26 Oktober 2022



Lutvia Karisma Putri

Yulfan A Nurohman. S.E.,M.M.

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Lutvia Karisma Putri

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas 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 Lutvia Karisma Putri NIM 18.52.31.180 yang berjudul:

“PENERAPAN MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)* TERHADAP PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT LINKAJA SYARIAH* (Studi Pada Pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi)”

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) 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, 26 Oktober 2022

Dosen Pembimbing Skripsi



Yulfan A Nurohman. S.E.,M.M.
NIP. 19860613 201701 1 177

PENGESAHAN

PENERAPAN MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY* (UTAUT) TERHADAP PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT LINKAJA SYARIAH*
(Studi Pada Pengguna Muslim Di Kabupaten Ngawi)

Oleh :

LUTVIA KARISMA PUTRI
NIM. 18.52.31.180

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
Pada hari Jumat tanggal 04 November 2022 M / 08 Rabiul Akhir 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I.
NIP. 19870828 201403 1 002

Penguji II
Fuad Hasyim, M.E.K.
NIP. 19890316 201801 1 003

Penguji III
Meilana Widyarningsih, S.E.Sy., M.E.
NIP. 19920518 202012 2 013



Mengetahui,

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




Raghawan Arifin, M.Si.
NIP. 20304 200112 1 004

MOTTO

*“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya
sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*

(Q.S. Al-Insyirah Ayat 5 – 6)

*“The possibility of all those possibilities being possible is just another possibility
that can possibility happen”*

*“You’re doing fine, sometimes you’re doing better, sometimes you’re doing
worse, but at the end it’s you. I want you to feel yourself grow and just to love
yourself”*

(Marklee)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa karya yang sederhana ini untuk:

Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

Bapak dan Ibu tercinta, terimakasih atas limpahan kasih sayang, dukungan, motivasi dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Untuk Adikku ku sayang

Seluruh anggota group NCT yang telah memberikan dukungan dan motivasi secara tidak langsung melalui karya – karyanya.

Yang selalu bertanya, “ Kapan Skripsimu selesai?”, “ Kapan kamu Wisuda?”, “Lulusnya kapan?”

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan Model *Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT)* Terhadap Perilaku Penggunaan *Digital Payment* Linkaja Syariah (Studi Pada Pengguna Muslim Di Kabupaten Ngawi)”.

Selama penyusunan proses skripsi ini, penulis telah banyak memperoleh dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan sumbangsuhnya baik berupa pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh sebab itulah, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag, M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah.
5. Yulfan A Nurohman, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Raden Mas said Surakarta yang telah memberikan bekal berupa ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Orang tua tercinta yang telah memberikan berbagai dukungan serta doanya yang tanpa henti dalam penyelesaian skripsi penulis.
8. Teman-teman yang telah memberikan semangat kepada penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Akhir kata, penulis berdoa semoga Allah SWT. Memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 26 Oktober 2022

Penulis

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions and e-trust on the use of digital payment LinkAja Syariah for Muslim users in Ngawi Regency. The population in this study were LinkAja Syariah users in Ngawi Regency. The sample taken is 100 respondents using LinkAja Syariah in Ngawi Regency and the sample technique used in this study is non probability sampling.

Processed data obtained from primary data in the form of a questionnaire. While the analysis used is instrument analysis , multiple regression analysis test and hypothesis testing. The analytical method used is regression with the help of SPSS version 22.

The results of the multiple linear regression analysis showed that performance expectancy, effort expectancy, and social indulgence had no effect on the use of LinkAja Syariah digital payments for Muslim users in Ngawi Regency. Meanwhile, facilitating conditions and e-trust affect the use of LinkAja Syariah digital payments for Muslim users in Ngawi Regency.

Keywords: UTAUT, e-trust, LinkAja Syariah and digital payment

ABSTRAK

Saat ini perkembangan teknologi untuk digitalisasi mengalami kemajuan yang sangat pesat. Salah satunya adalah penggunaan pembayaran digital atau elektronik oleh aplikasi LinkAja Syariah. Namun banyak orang yang belum mengetahui cara menggunakan metode pembayaran yang menyenangkan dan memiliki berbagai manfaat dan keuntungan dari menggunakannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi – kondisi yang memfasilitasi dan kepercayaan online terhadap penggunaan pembayaran digital LinkAja Syariah bagi pengguna muslim di Kabupaten Ngawi. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi. Sampel yang diambil berjumlah 100 responden pengguna LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi dan teknik yang digunakan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling.

Data yang diolah diperoleh dari data primer berupa kuesioner. Sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis instrument, uji analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Metode analisis yang digunakan adalah regresi dengan bantuan SPSS version 22.

Hasil penelitian analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap penggunaan digital payment LinkAja Syariah bagi pengguna muslim di Kabupaten Ngawi. Sedangkan kondisi – kondisi yang memfasilitasi dan kepercayaan online berpengaruh terhadap penggunaan pembayaran digital LinkAja Syariah bagi pengguna muslim di Kabupaten Ngawi.

Kata kunci : UTAUT, kepercayaan online, LinkAja Syariah dan pembayaran digital

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	xi
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah	13
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	14
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Kajian Teori	17
2.1.1 <i>Digital Payment</i>	17
2.1.2 Perilaku Konsumen Muslim Dalam menggunakan <i>Digital Payment</i>	20
2.1.3 LinkAja Syariah	23
2.1.4 Model <i>Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT)</i>	26
2.1.5. <i>E-Trust</i>	32
2.2 Hasil Penelitian Relevan	34
2.3 Kerangka Berfikir	38
2.4 Hipotesis	39

2.4.1	Hubungan antara <i>Performance Expectancy</i> dengan Penggunaan <i>Digital Payment</i> LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi	39
2.4.2	Hubungan antara <i>Effort Expectancy</i> dengan Penggunaan <i>Digital Payment</i> LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi	40
2.4.3	Hubungan antara <i>Social Influence</i> dengan Penggunaan <i>Digital Payment</i> LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi	41
2.4.4	Hubungan antara <i>Facilitating Condition</i> dengan Penggunaan <i>Digital Payment</i> LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi	42
2.4.5	Hubungan antara <i>E-Trust</i> dengan Penggunaan <i>Digital Payment</i> LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1	Waktu dan Wilayah Penelitian.....	45
3.2	Jenis Penelitian.....	45
3.3	Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.3.1	Populasi.....	45
3.3.2	Sampel.....	46
3.3.3	Tenik Pengambilan Sampel	47
3.4	Data Dan Sumber Data	47
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6	Variabel Penelitian.....	49
3.7	Definisi Operasional Variable.....	49
3.8	Teknik Analisis Data.....	51
3.8.1	Analisis Deskriptif	51
3.8.2	Uji Instrumen Penelitian	51
3.8.3	Uji Ketetapan Model	53
3.8.4	Regresi Linier Berganda	54
3.8.5	Uji t	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.2	Hasil Pengujian dan Hasil Analisis	59
4.2.1	Hasil Uji Instrumen Penelitian	59
4.2.2	Hasil Uji Ketepatan Model	63
4.2.3	Uji Regresi Linier Berganda	65
4.2.4	Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	66

4.3	Pembahasan.....	69
4.3.1	Pengaruh <i>performance expectancy</i> terhadap penggunaan <i>digital payment</i> LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.	69
4.2.1	Pengaruh <i>effort expectancy</i> terhadap penggunaan <i>digital payment</i> LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.	70
4.2.2	Pengaruh <i>social influence</i> terhadap penggunaan <i>digital payment</i> LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.	71
4.2.3	Pengaruh <i>facilitating conditions</i> terhadap penggunaan <i>digital payment</i> LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.	73
4.2.4	Pengaruh <i>e-trust</i> terhadap penggunaan <i>digital payment</i> LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.....	73
BAB V PENUTUP		75
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN.....		81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Transaksi Uang Elektronik.....	2
Tabel 4. 1 deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi	59
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas <i>Performance Expectancy</i>	60
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas <i>Effort Expectancy</i>	60
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas <i>Social Influence</i>	61
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas <i>Facilitating Condition</i>	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas <i>E-Trust</i>	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Pengguna <i>Digital Payment</i>	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reabilitas	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan E-Wallet di Indonesia	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	81
Lampiran 2	92
Lampiran 3	98

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan teknologi untuk digitalisasi mengalami kemajuan yang sangat pesat. Masyarakat cenderung memiliki gaya hidup baru yang sama sekali tidak terlepas dari perangkat elektronik. Orang-orang telah menggunakan teknologi untuk membuat tugas-tugas tertentu lebih mudah. Peran vital teknologi ini telah membawa peradaban manusia ke era digital (Setiawan, 2017).

Salah satunya adalah penggunaan pembayaran digital atau elektronik, metode pembayaran yang digunakan secara digital atau elektronik yang meningkat dalam beberapa tahun terakhir sejak pandemi. Berbagai jenis pembayaran digital, seperti *m-banking*, *SMS banking*, *internet banking*, dan dompet digital, mengubah perilaku konsumen selama pandemi, yang mengarah pada mobilitas, adaptasi, dan mobilitas dalam kehidupan konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, pertumbuhan pembayaran digital terkait dengan kehadiran *e-commerce* di Indonesia. Karena *e-commerce* akan mendapatkan lebih banyak manfaat dari digitalisasi yang sedang berlangsung. Belum lagi generasi milenial dan penggunaan *smartphone* dan internet yang sangat tinggi, menjadikan Indonesia sebagai pasar penting dengan instrumen pembayaran digital dan *e-commerce*.

Dengan total sekitar 180 juta pengguna, Indonesia memiliki penggunaan internet aktif tertinggi berdasarkan 58% penggunaan layanan online (*online*) dan

36% penggunaan layanan belanja online (*e-commerce*) Peringkat ke-4 di dunia. Selain untuk membayar tagihan, dapat digunakan tidak hanya untuk transaksi retail dan layanan online, tetapi juga bagi pengguna aplikasi pembayaran elektronik untuk bertransaksi berbagai rekening, membuat tagihan bulanan seperti listrik, air, asuransi, pajak mudah, cepat dan akan berguna (Santoso & Zulhijjah, 2022)

Perkembangan penggunaan uang elektronik di Indonesia dari tahun ke tahun terus meningkat, peningkatan ini dapat diperhatikan dari data Bank Indonesia, seperti di dibawah ini.

Tabel 1. 1 Transaksi Uang Elektronik

Tahun	Volume	Nilai
2017	943.319.933	12.375.468,72
2018	2.922.698.905	47.198.616,11
2019	5.226.699.919	145.165.467,60
2020	4.625.703.561	204.909.170
2021	5.053.500.276	305.435.828,86

Sumber: Bank Indonesia (www.bi.go.id)

Berdasarkan data yang didapat pada tabel 1.1 diketahui terjadi peningkatan peredaran dan transaksi uang elektronik. Hal ini menggambarkan bahwa minat masyarakat menggunakan pembayaran digital terus meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan ini juga di dukung dengan banyaknya perusahaan-perusahaan yang bersaing menciptakan aplikasi pembayaran digital, dengan berbagai fitur dan

inovasi yang membuat aplikasi tersebut menjadi menarik sehingga menjadi daya tarik penggunanya.

Peningkatan ini sejalan dengan program Gerakan Nasional Non Tunai yang dicanangkan oleh Bank Indonesia sejak tahun 2014. Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan sektor ekonomi, serta organisasi pemerintah untuk kenyamanan dan keamanan serta efisiensi transaksi keuangan (Dini et al., 2018).

Global Islamic Economy Report 2019/2020 menunjukkan bahwa Indonesia berada di peringkat 5 negara dengan indikator keuangan syariah terbaik di dunia, menunjukkan peningkatan signifikan dari peringkat 10 pada 2018. Salah satu faktor pendukungnya adalah penguatan ekonomi halal. di setiap sektor yang telah terbentuk melalui ekonomi halal. Hal ini dimungkinkan karena Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar, terhitung sekitar 87% dari 273 juta penduduk, yang merupakan pangsa pasar potensial untuk produk dan layanan berbasis Syariah, termasuk sistem sistem metode pembayaran digital Syariah seperti *e-wallet* (Bella & Efendi, 2021).

LinkAja yang merupakan salah satu layanan keuangan digital Telkomsel dan anggota BUMN (Badan Usaha Milik Negara) meluncurkan layanan LinkAja Syariah yang merupakan e-wallet Syariah pertama di Indonesia. LinkAja merupakan nama baru yang diluncurkan pada tahun 2019. Sebelumnya, Link Aja dikenal dengan nama Telkomsel Cash atau TCASH yang menyediakan layanan transfer, pembayaran, pembelian, hingga berbagi uang hanya dengan dengan tap.

Link Aja diluncurkan pada Juni 2019 lalu sebagai pengganti aplikasi TCASH, Mandiri e-cash, yap! (BNI), UnikQu (BNI), My QR (BRI), serta T-Bank (BRI) di bawah naungan Fintek Karya Nusantara.

Gambar 1. 1 Perkembangan E-Wallet di Indonesia



Sumber : <https://goodstats.id/>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Populix oleh Raihan Hasya (2022) seperti gambar 1.2 dapat diketahui volume transaksi LinkAja di Indonesia dapat dibilang masih kecil dan minat untuk menggunakan LinkAja untuk transaksi masih kurang (30%), dibandingkan dengan dompet digital lainnya seperti Gopay (88%), Dana (83%), Ovo (79%), dan ShopeePay (76%). Populix melakukan survei dengan 1.000 orang Indonesia menggunakan panel daring untuk mempelajari lebih lanjut tentang pendapat, kebiasaan, dan preferensi mereka terhadap layanan keuangan digital, terutama aplikasi perbankan dan *e-wallet*.

Dapat disimpulkan juga bahwa dari 1.000 orang responden hanya 300 orang yang menggunakan LinkAja.

Pemerintah Indonesia sendiri telah menjadikan penguatan ekonomi digital sebagai salah satu agenda utama pengembangan ekonomi syariah dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. *E-wallet Syariah* merupakan hal yang sangat baru dalam ekonomi digital di Indonesia, diantaranya platform *e-wallet* dengan basis *e-money* yang secara jelas menyatakan diri sebagai platform *e-wallet* syariah adalah LinkAja. Perilisan Layanan Syariah LinkAja merupakan salah satu langkah untuk mewujudkan masterplan ekonomi syariah dan membangun ekosistem keuangan syariah berbasis digital di Indonesia. Sejak 9 September 2019, aplikasi ini telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), telah mendapatkan Sertifikat Kepatuhan Syariah, dan dianggap sesuai dengan Fatwa MUI tentang Uang Elektronik Syariah No. 116/DSN-MUI/IX/2017.

LinkAja Syariah menawarkan fitur yang lebih lengkap, informasi lengkap tentang pengguna baik di aplikasi maupun di media sosial, serta menawarkan promosi berupa *cashback* dan diskon yang dapat mempengaruhi *control belief* yang merupakan bagian dari *perceived behavioral control* seseorang. Promo berupa *cashback* dan *discount* yang diberikan oleh LinkAja Syariah tentunya dapat membuat transaksi penggunaannya menjadi murah sehingga menunjukkan sikap positif terhadap pengguna LinkAja Syariah akan mempengaruhi keyakinan perilaku individu (Adiwarman dalam Jamin, 2022).

Dalam implementasinya, LinkAja Syariah menghadirkan beberapa prinsip dasar. Diantaranya menempatkan dana dalam kemitraan dengan sejumlah bank syariah yang menganut prinsip Syariah dan menerapkan prosedur transaksi yang dapat diterima di semua merchant LinkAja. LinkAja Syariah mengedepankan tiga kategori produk layanan utama: ekosistem ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf), Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Masjid, dan digitalisasi pesantren dan UMKM. Selain itu, LinkAja Syariah juga menghadirkan beragam produk syariah tanpa unsur Maisyir (judi), Gharar (ambiguitas), Riba (tambahan), zalim dan barang tidak halal (Bambang, 2020).

Layanan uang elektronik LinkAja Syariah milik PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) mencatatkan pertumbuhan gemilang di 2021. Plt CEO LinkAja Wibawa Prasetyawan menyampaikan, pertumbuhan transaksi melalui layanan LinkAja Syariah sepanjang tahun lalu meningkat 332 persen dibandingkan pertumbuhan transaksi pada 2020. Pertumbuhan *gross transaction value* (GTV) LinkAja Syariah juga tercatat meningkat sebesar 306 persen. Saat ini kontribusi pendapatan layanan syariah LinkAja telah mencapai 23 persen terhadap total pendapatan LinkAja. Sementara itu, dari sisi pengguna LinkAja Syariah telah mencapai 6,6 juta pengguna per Maret 2022 (Meilanova, 2022).

Kabupaten Ngawi menjadi salah satu kota yang masuk dalam daftar perkembangan LinkAja Syariah. Melihat mayoritas masyarakatnya beragama Islam, dan terdapat beberapa lembaga keagamaan membuat Kabupaten Ngawi menjadi sasaran perluasan LinkAja Syariah. Fenomena yang terjadi pada penelitian ini apakah dengan banyaknya aplikasi sejenis yang tidak bersertifikat

Syariah akan tetap membuat LinkAja Syariah menjadi sebuah layanan yang akan digunakan bagi konsumen muslim terutama yang berada di Kabupaten Ngawi.

Namun yang menjadi permasalahan saat ini adalah banyak orang yang belum mengetahui cara menggunakan metode pembayaran yang menyenangkan dan memiliki berbagai manfaat dan keuntungan dari menggunakannya. Oleh karena itu solusinya adalah aplikasi keuangan *m-banking* yang juga terkait dengan pengisian saldo aktivitas keuangan sesuai dengan kebutuhan sehari-hari konsumen (Santoso & Zulhijjah, 2022). Dari adanya permasalahan itu peneliti ingin mencoba meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi. Faktor-faktor yang penulis gunakan adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* dan *e-trust*.

Sebuah teori yang banyak digunakan untuk memastikan tingkat penerimaan dan penggunaan teknologi adalah *Unified Theory of Technology Acceptance and Use (UTAUT)*. *UTAUT* adalah model teoritis yang dikembangkan oleh Vekantesh et al. pada tahun 2003. *UTAUT* merupakan suatu model teori yang dikembangkan oleh Vekantesh, et al. pada tahun 2003. Ada empat komponen utama yang mempengaruhi penerimaan dan perilaku pengguna. Ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai tingkat di mana sistem memberi Anda keuntungan di tempat kerja. Harapan usaha didefinisikan sebagai tingkat kegunaan dari suatu sistem yang mengurangi usaha (tenaga dan waktu) dalam melakukan suatu pekerjaan.

Pengaruh sosial didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasakan pilihan orang lain yang mempengaruhi mereka untuk menggunakan sistem yang sama. *Facilitating conditions* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan individu terhadap ketersediaan infrastruktur teknis dan organisasional yang dapat mendukung penggunaan sistem.

Brown dan Vankatesh (2005) berpendapat bahwa Ada dua variabel lain yang menentukan penerimaan pengguna dan penggunaan teknologi. Salah satunya adalah kepercayaan (*trust*). Kepercayaan didefinisikan sebagai evaluasi individu setelah menerima, memproses, memproses informasi, dan membuat berbagai penilaian dan asumsi yang mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan teknologi.

Dengan digitalisasi yang sedang berlangsung menyebabkan banyak orang mengalihkan aktivitas transaksional mereka ke platform digital, maka pastilah orang tersebut telah memiliki keyakinan untuk menerima segala kemungkinan dari aplikasi *online* tersebut. Keyakinan dalam ekspektasi dalam situasi risiko online bahwa kerentanan tidak akan dieksploitasi merupakan pengertian dari *e-trust* (Corritore et al., 2003).

Alasan pemakaian model UTAUT adalah model UTAUT dapat menjelaskan secara signifikan penerimaan suatu teknologi. Variabel model UTAUT dihasilkan dari perbandingan teori – teori yang banyak digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna dengan berbagai perspektif (Noviaritanti, 2006). Selain itu, teknologi yang menjadi objek penelitian untuk menghasilkan model UTAUT berorientasi pada penggunaan dan merupakan teknologi pada

penggunaan dan merupakan teknologi informasi yang kompleks. Keuntungan dari model UTAUT ini adalah menyediakan alat bagi para manajer untuk menilai kemungkinan keberhasilan pengenalan teknologi baru dan membantu mereka memahami penggerak penerimaan dengan tujuan untuk proaktif mendesain intervensi (termasuk pelatihan, sosialisasi, dan lain- lain) yang ditargetkan pada populasi pengguna yang mungkin cenderung kurang untuk mengadopsi dan menggunakan sistem baru (Venkatesh et al., 2003).

Model UTAUT telah banyak digunakan dalam studi di berbagai negara untuk memastikan tingkat penerimaan dan penggunaan teknologi dengan karakteristik yang berbeda dalam contoh yang berbeda. Namun, tidak semua penelitian menunjukkan hasil yang konsisten. Ada beberapa variabel yang menunjukkan hasil yang berbeda antara satu penelitian dengan penelitian lainnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Anjani & Mukhlis (2022) dan (Tusyanah et al., 2021) yang menyimpulkan variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap minat perilaku (*behavioral intention*), akan tetapi berbanding terbalik dengan penelitian Wilfan & Martini (2021) menyimpulkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi.

Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Khadijah & Putri (2020) dan Handayani & Sudiana (2015) menyimpulkan bahwa variabel *performance expectancy* *social influence*, dan *facilitating conditions* berpengaruh positif dan

variabel *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan (*behavioral intention*) aplikasi.

Suatu kota dikatakan *smart city* jika memenuhi 6 dimensi meliputi *smart people*, *smart mobility*, *smart economy*, *smart government*, *smart living*, dan *smart environment* (Besar & Sumatera, 2019). Pemerintah Kabupaten Ngawi terus berkomitmen mengembangkan kota cerdas dengan dukungan pemanfaatan TIK sebagai strategi peningkatan layanan kepada masyarakat. Mewujudkan *Smart City*, diutarakan Bupati Kabupaten Ngawi yaitu Ony Anwar sebagai komitmen bersama dalam upaya memberikan pelayanan terbaik untuk masyarakat (Setiyawan, 2022). Seperti halnya saat ini di seluruh SPBU di Kabupaten Ngawi telah memberikan layanan pembayaran non tunai seperti LinkAja Syariah. Dengan adanya aplikasi LinkAja Syariah, konsumen bisa melakukan pembayaran non tunai yang lebih praktis dan efisien.

Karena kemunculan *platform e-wallet* yang memiliki label resmi syariah adalah hal yang baru, maka penelitian mengenai niat konsumen dalam menggunakan teknologi yang baru menjadi sesuatu yang pantas dilakukan, selain itu penelitian dalam konteks perilaku konsumen dalam teknologi digital syariah dan ekonomi khususnya *e-wallet* Syariah adalah hal yang baru dilakukan khususnya di Indonesia karena terbilang belum lama adanya teknologi dan inovasi syariah. Terkait pemilihan lokasi penelitian dimana peneliti mengambil wilayah Kabupaten Ngawi pun memiliki alasan tersendiri. Antara lain karena wilayah Kabupaten Ngawi merupakan wilayah yang pembangunan infrastruktur dan

tingkat persebaran internetnya cukup memadai untuk menggunakan pembayaran digital yang memerlukan internet yang stabil dan juga persebaran merchant linkaja dapat dijumpai di berbagai tempat perbelanjaan di wilayah Kabupaten Ngawi.

Maka berdasarkan latar belakang tersebut peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan suatu penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penggunaan *digital payment* dengan judul “Penerapan Model *Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT)* Terhadap Perilaku Penggunaan *Digital Payment* Linkaja Syariah (Studi Pada Pengguna Muslim Di Kabupaten Ngawi)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas maka penulis menyimpulkan terdapat beberapa permasalahan yang terjadi yakni diketahui bahwa:

1. Diketahui volume transaksi LinkAja di Indonesia dapat dibilang masih kecil dan minat untuk menggunakan LinkAja untuk transaksi masih kurang, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui manfaat uang elektronik LinkAja.
2. Masih rendahnya kepercayaan (*trust*) pengguna yang melakukan transaksi pembayaran melalui internet dalam hal ini yaitu uang elektronik apalagi terhadap layanan uang elektronik berbasis syariah.
3. Ditemukan adanya kontradiksi hasil penelitian, beberapa penelitian mendapatkan hasil bahwa variabel *performance expectancy* memiliki pengaruh terhadap penggunaan suatu aplikasi, namun dalam penelitian

berbeda menyatakan *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan suatu aplikasi.

4. Ditemukan adanya kontradiksi hasil penelitian, beberapa penelitian mendapatkan hasil bahwa variabel *effort expectancy* memiliki pengaruh terhadap penggunaan suatu aplikasi, namun dalam penelitian berbeda menyatakan *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan suatu aplikasi.
5. Ditemukan adanya kontradiksi hasil penelitian, beberapa penelitian mendapatkan hasil bahwa variabel *social influence* memiliki pengaruh terhadap penggunaan suatu aplikasi, namun dalam penelitian berbeda menyatakan *social influence* tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan suatu aplikasi.
6. Ditemukan adanya kontradiksi hasil penelitian, beberapa penelitian mendapatkan hasil bahwa variabel *facilitating conditions* memiliki pengaruh terhadap penggunaan suatu aplikasi, namun dalam penelitian berbeda menyatakan *facilitating conditions* tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan suatu aplikasi.

1.3 Batasan Masalah

Peneliti hanya memfokuskan penerapan teori UTAUT pada penggunaan digital payment LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi. Banyaknya faktor yang dapat memengaruhi sehingga peneliti hanya fokus pada variabel x yakni *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* dan *e-trust* terhadap variabel y yakni Penggunaan Digital Payment

Linkaja Syariah (Studi Pada Pengguna Muslim Di Kabupaten Ngawi). Penelitian ini hanya untuk pengguna LinkAja Syariah yang berdomisili di Kabupaten Ngawi yang terbagi dalam 19 kecamatan diantaranya Ngawi, Kedunggalar, Paron, Kasreman, Padas, Sine, Mantingan, Jogorogo, Pangkur, Karanganyar, Gerih, Pitu, Widodaren, Bringin, Kwadungan, Geneng, Ngrambe, Kendal, Karangjati.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran diatas maka didapat beberapa rumusan masalah yakni:

1. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap Penggunaan *Digital Payment* Linkaja Syariah pada pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi?
2. Apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap Penggunaan *Digital Payment* Linkaja Syariah pada pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi?
3. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap Penggunaan *Digital Payment* Linkaja Syariah pada pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi?
4. Apakah *facilitating conditions* berpengaruh terhadap Penggunaan *Digital Payment* Linkaja Syariah pada pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi?
5. Apakah *e-trust* berpengaruh terhadap Penggunaan *Digital Payment* Linkaja Syariah pada pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan peneliti yakni:

1. Mengetahui pengaruh *performance expectancy* terhadap Penggunaan *Digital Payment* Linkaja Syariah pada pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi

2. Mengetahui pengaruh *effort expectancy* terhadap Penggunaan *Digital Payment* Linkaja Syariah pada pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi
3. Mengetahui pengaruh *social influence* terhadap Penggunaan *Digital Payment* Linkaja Syariah pada pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi
4. Mengetahui pengaruh *facilitating conditions* terhadap Penggunaan *Digital Payment* Linkaja Syariah pada pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi
5. Mengetahui pengaruh *e-trust* terhadap Penggunaan *Digital Payment* Linkaja Syariah pada pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
 - a. Menambahkan wawasan dari peneliti mengenai pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *e-trust* terhadap Penggunaan *Digital Payment* Linkaja Syariah pada pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi.
 - b. Dapat juga dijadikan media pengaplikasian ilmu-ilmu perbankan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dan menambahnya pengalaman peneliti.
2. Bagi Akademisi
 - a. Hasil dari penelitian ini dapat menambah literatur yang bisa dijadikan bahan referensi bagi mahasiswa/i di UIN Raden Mas Said Surakarta.
 - b. Diharapkan dapat mendukung penelitian yang serupa dengan masalah ini.

3. Bagi Pembaca

Dapat dijadikan referensi oleh para pembaca yang sedang meneliti mengenai tema yang sama.

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab, dimana setiap babnya akan disusun secara sistematis sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup pendahuluan skripsi yang terdiri dari : latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta terakhir yakni sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Di bab ini akan dijabarkan mengenai landasan teori yang berkaitan dengan penelitian, review penelitan terdahulu, serta kerangka teoritis dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan mulai dari jenis penelitian, data serta sumber penelitian, metode pengumpulan, serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini peneliti menganalisa, menguraikan serta menyajikan data serta hasil dari penelitiannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini sebagai penutup berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dibuat sesuai dengan hasil pembahasan maupun keterbatasan penelitian dan juga berisi saran-saran dengan tujuan perbaikan bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 *Digital Payment*

1. Pengertian

Di zaman yang serba canggih seperti sekarang ini, transaksi pembayaran digital tentu bukan konsep yang asing lagi. *Digital payment*, atau pembayaran digital, sering disebut sebagai pembayaran digital atau pembayaran elektronik, adalah pembayaran yang dilakukan secara elektronik, di mana uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital, dan proses transmisinya adalah pembayaran elektronik (Houston, 2020).

Digital payment merupakan sebuah inovasi transaksi pembayaran yang saat ini sedang marak digunakan. Perkembangan digital payment dimulai pada tahun 1887. Pada saat itu, *digital payment* hanya berupa gagasan transaksi dengan menggunakan kartu kredit. Hal ini dijelaskan dalam sebuah novel karya Looking Backward tepat pada tahun 1887. Kemudian munculnya internet pada tahun 1969 yang diciptakan oleh Tim Berners-Lee berupa halaman internet atau situs untuk berbagi informasi menjadi gerbang pembuka semakin pesatnya perkembangan *digital payment* (Arrias et al., 2019).

Pada tahun 1983 muncul kembali gagasan tentang uang elektronik yang diprakarsai oleh David Lee Chaum yang kemudian dia kembangkan gagasannya dalam sebuah makalah penelitiannya mengenai *digital cash*. Semakin lama

gagasan mengenai *digital payment* semakin berkembang dan beragam. Tepatnya pada tahun 1994 Stanford Federal Credit Union mengeluarkan layanan online banking dan menjadi satu-satunya lembaga yang mengeluarkannya. Kemudian disusul pada tahun 1998 muncul sistem *mobile payment* dengan transaksi nirkabel yakni Paypal yang kemudian diikuti oleh beberapa mobile payment lainnya berupa Apple Pay dan Alipay. Kesuksesan PayPal, Apple Pay dan Alipay rupanya berdampak pada gagasan uang elektronik dan alat pembayaran transaksi secara digital yang lebih variatif diberbagai belahan dunia. Salah satunya Indonesia. Adapun beberapa aplikasi *digital payment* yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Gopay, ShopeePay, OVO, Dana, Link Aja dan berbagai *M-Banking* yang disediakan oleh bank-bank tertentu (Arrias et al., 2019).

2. Kelebihan dan Kekurangan *Digital Payment*

Ada pula sebagian kelebihan dari *digital payment* merupakan selaku berikut:

1. Tingkatkan efisiensi dalam pembayaran suatu produk secara online.
2. Membagikan kemudahan pembayaran dan ekspansi media pembayaran. dengan telah tersedianya bermacam perlengkapan pembayaran online.
3. Tingkatkan daya guna serta efisiensi waktu.
4. Tingkatkan *customer loyalty*.
5. Bisa dicoba di mana saja serta kapan saja.
6. Pengendalian biaya.
7. Komisi rendah.

b. Kekurangan *Digital Payment*

Digital payment pula mempunyai sebagian kekurangan, ialah selaku berikut:

1. Mungkin dapat terserang serbuan peretasan.
2. Minimnya pribadi informasi pengguna. Pada dikala melaksanakan registrasi hingga sistem aplikasi hendak memohon pengguna buatenuhi persyaratan informasi yang diperlukan aplikasi mulai dari informasi bukti diri, izin buat mengenali seluruh data menimpa transaksi semacam siapa penerima, jumlah dana dan waktu pembayaran yang nantinya hendak ditaruh di database. Perihal ini pastinya berdampak pada minimnya pribadi pada sistem digital payment.
3. Senantiasa memerlukan akses internet. Pada dikala pengguna melaksanakan transaksi, hingga diperlukan koneksi internet buat melaksanakan pembayaran online. Tanpa koneksi internet transaksi pembayaran online tidak dapat dicoba oleh pengguna.
4. Seringnya terjalin error pada sistem aplikasi yang digunakan pada dikala transaksi berlangsung.
5. Permasalahan mentransfer duit antara sistem pembayaran yang berbeda. Umumnya sebagian besar sistem pembayaran elektronik tidak bekerja sama satu sama lain.
6. Pembatasan Tiap sistem pembayaran batasnya menimpa jumlah maksimum di rekening, jumlah transaksi per hari serta jumlah output (Tarantang et al., 2019).

2.1.2 Perilaku Konsumen Muslim Dalam menggunakan *Digital Payment*

Penggunaan Teknologi dalam Islam Teknologi mencakup segala upaya yang dapat dilakukan manusia untuk mencapai taraf hidup yang lebih baik. Teknologi juga merupakan kekuatan pendorong fungsi produksi. Dapat dikatakan bahwa dengan diterapkannya teknologi secara lebih modern, hasil produksi yang dihasilkan menghasilkan barang atau jasa yang semakin efisien atau efektif. Islam tidak melarang teknologi kecuali jika bertentangan dengan ajarannya. Al-Qur'an bahkan menyatakan manusia sebagai khalifah di bumi, dan Allah telah menempatkan posisi alam ini sedemikian rupa sehingga manusia dapat menggunakannya untuk niat baiknya, ini terdapat dalam Q.S al-baqarah 2:29, yang artinya :

“Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu” (Anam, 2019).

Perilaku konsumen diartikan sebagai “perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhannya” Schiffman dan Kanuk. Menurut Hawkins Best dan Coney (Priansa dalam Jelita, 2020) menyatakan bahwa Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memenuhi kebutuhan dan dampak pada masyarakat dan konsumen itu sendiri dalam proses memilih, mengamankan, menggunakan dan mengadopsi produk, jasa, ide dan pengalaman.

Salah satu alasan konsumen tertarik pada pembayaran digital adalah pengaruh lingkungan dari teman, kerabat, dan anggota keluarga yang menggunakan pembayaran digital. Menurut Misbach (2020), Salah satu alasan konsumen mendasari keputusan mereka tentang penggunaan barang dan jasa adalah budaya dan lingkungan yang memberi tahu mereka tentang kualitas barang dan jasa yang mereka gunakan.

Setiap individu bertindak sebagai konsumen untuk memuaskan keinginannya sendiri. Konsumen memiliki arti yang berbeda dalam teori ekonomi yang berbeda. Ekonomi konvensional mendefinisikan konsumen sebagai pemaksimal utilitas keinginan dan kebutuhan, dan tidak ada norma atau nilai agama. Pengertian perilaku konsumen adalah perilaku konsumen yang dapat dijelaskan untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan meningkatkan produk dan jasa. Fokus perilaku konsumen adalah pada sikap terhadap pengambilan keputusan mengenai konsumsi barang (Wahid, 2020).

Teori perilaku konsumen mempelajari bagaimana orang menggunakan sumber daya yang mereka miliki untuk membuat pilihan ketika dihadapkan dengan pilihan yang berbeda. Teori perilaku konsumen berdasarkan syariat Islam pada dasarnya berbeda dengan teori konvensional. Perbedaan ini termasuk teori untuk menentukan pilihan konsumsi dan alokasi anggaran, motivasi, dan nilai-nilai yang mendasari tujuan konsumsi. Perilaku konsumen Islam didasarkan pada rasionalitas yang disempurnakan dan mengintegrasikan kebenaran di luar rasionalitas manusia, yang sangat terbatas karena Al-Qur'an dan Sunnah. Kepuasan dan perilaku konsumen diukur dalam bentuk barang dan penggunaan

barang yang dikonsumsi, kemampuan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, daya beli pendapatan konsumen, ketersediaan barang di pasar, dll. Dalam ekonomi Islam, konsumsi adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan fisik dan mental dalam rangka memaksimalkan fungsi manusia sebagai hamba Allah SWT dan untuk mencapai kekayaan dan kesejahteraan di dunia dan di akhirat (Falah). (Zainal dalam Nurjannah et al., 2021).

Perilaku konsumen harus selalu mengikuti ajaran Islam seperti:

1. Barang harus halal dan baik.
2. Jangan mengutamakan diri sendiri.
3. Membedakan antara kebutuhan dan keinginan.
4. Preferensi konsumen didasarkan pada prinsip keadilan, kebersihan, keringkasan, kedermawanan, dan moralitas.
5. Objek utama konsumsi dalam Islam adalah masalah dan falah, yang mengandung unsur kemaslahatan dan berkah.

Komponen kemaslahatan adalah terpenuhinya kebutuhan fisik, psikis dan material duniawi, dan berkah adalah terpenuhinya kebutuhan ukhrawi. Dengan menerapkan ajaran Islam, konsumen Muslim mengendalikan perilaku ekonominya sesuai dengan norma dan nilai Islam untuk mencapai esensi dan tujuan konsumsi Islam: kesejahteraan di dunia dan di akhirat (Nurjannah et al., 2021).

2.1.3 LinkAja Syariah

Perkembangan system pembayaran di Indonesia memicu kenaikan akan kemunculan perusahaan penyedia jasa keuangan yang selalu berinovasi dalam hal pengembangan metode pembayaran. Layanan atau produk uang elektronik sinergi layanan keuangan elektronik yang dipunyai oleh PT Telekomunikasi seluler dengan mereknya TCASH, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dengan E-Cash, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. dengan UnikQu dan PT Bank Rakyat Indonesia dengan (Persero) Tbk dengan T-Banknya melebur menjadi satu produk uang elektronik yang terbit dan beroperasi dibawah PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya) dinamakan LinkAja.

Layanan uang elektronik yang diterbitkan oleh PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya) ini memiliki fungsi sama seperti uang tunai pada umumnya yakni dipakai untuk alat pembayaran yang sah. LinkAja tidak terdapat bunga serta tidak ada jaminan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Sebagaimana telah sesuai dengan peraturan perundang-undangan perbankan yang telah ada, bahwa nilainya sebanding dengan nilai uang tunai dengan sistem disetor tetapi tidak masuk dalam sifat simpanan.

Layanan Syariah LinkAja merupakan perluasan layanan yang ada pada aplikasi LinkAja untuk masyarakat yang ingin bertransaksi sesuai dengan prinsip syariah. Dalam Layanan Syariah LinkAja:

1. Transaksi Lengkap, Promo Sesuai Syariah Transaksi dan promosi terhindar dari Ribawi, Gharar, Maysir, dan tidak halal.

2. Bersertifikat MUI dan BI Telah memiliki sertifikasi kesesuaian syariah dari DSN MUI dan persetujuan dari Bank Indonesia.
3. Saldo Terhimpun di Bank Syariah Saldo terjamin aman dan terhimpun di Bank Syariah.

Terdapat 2 jenis layanan dalam LinkAja yang juga berlaku untuk Layanan Syariah LinkAja :

1. LinkAja *Basic Service*, dengan fasilitas Top Up Saldo, Pembayaran transaksi, Pembayaran tagihan, dan fasilitas lain berdasarkan persetujuan BI. Limit saldo maksimumnya adalah Rp2.000.000.
2. LinkAja *Full Service*, dengan fasilitas Top Up Saldo, Pembayaran transaksi, Pembayaran tagihan, Transfer dana, Tarik tunai, Penyaluran dana pihak ketiga dan fasilitas lain berdasarkan persetujuan BI. Limit saldo maksimumnya adalah Rp10.000.000.

Perbedaan LinkAja Syariah dengan Reguler:

- a. Transaksi dan Promosi disesuaikan dengan Prinsip Syariah, tanpa riba.
- b. Pengelolaan dana pengguna Layanan Syariah LinkAja dihimpun di Bank Syariah.
- c. Uang Elektronik pertama dan satu-satunya yang tersertifikasi halal oleh DSN MUI.

Fitur Khusus Layanan Syariah:

- a. Zakat
- b. Infaq
- c. Wakaf
- d. Haji
- e. Umroh
- f. Investasi Syariah
- g. Asuransi Syariah
- h. Iuran Sekolah Islam / Pesantren
- i. Pinjaman Syariah

Dikarenakan platform ini menggunakan prinsip syariah maka terdapat akad dalam transaksi LinkAja Syariah diantaranya:

1. LinkAja Syariah dan user dalam melakukan top-up menggunakan akad Qardh (Pinjaman).
2. Ketika *user* melakukan *top-up* di mitra Layanan Syariah LinkAja menggunakan akad Wakalah bil Ujrah (mitra sebagai wakil dari Layanan Syariah LinkAja sebagai jasa penyedia layanan top-up).
3. Antara *Merchant* dan user menggunakan akad Bai' (Jual-beli) dan Ijarah (Jasa).
4. Ketika mitra menyetor deposit kepada Layanan Syariah LinkAja sebagai tempat *top-up* menggunakan akad Qardh (Pinjaman).

5. Antara Layanan Syariah LinkAja dan merchant menggunakan akad Ijarah (sewa barang / jasa) atas manfaat fasilitas media penjualan.
6. Ketika user melakukan tarik tunai menggunakan akad Ijarah (sewa barang / jasa).

Informasi terkait akad:

- a. Akad Qardh (pinjaman) tidak ada tambahan biaya.
- b. Akad Wakalah Bil Ujrah (Mitra atau pihak lain yang menjadi wakil LinkAja sebagai penyedia layanan *Top-up*) terdapat biaya tambahan sebagai upah Mitra.
- c. Akad Ijarah (Sewa barang/jasa) terdapat biaya sewa.

2.1.4 Model *Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT)*

Model UTAUT merupakan sebuah model berbasis teori yang dikembangkan oleh Vankatesh, et al. pada tahun 2003. Model ini menggambarkan berbagai faktor yang mempengaruhi penerimaan individu terhadap suatu teknologi informasi (TI). UTAUT dikembangkan melalui pengkajian delapan model teori penerimaan/adopsi teknologi yang banyak digunakan dalam penelitian TI sebelumnya, adapun teori-teori nya adalah sebagai berikut :

1. Teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action* atau TRA)
2. Model penerimaan teknologi (*technology acceptance model* atau TAM)
3. Model motivasional (*motivational model* atau MM)
4. Teori perilaku perencanaan (*theory of planned behavior* atau TPB)

5. Model gabungan TAM dan TPB (*a model combining the technology acceptance model and the theory of planned behavior* atau TAM+TPB)
6. Model pemanfaatan PC (*model of PC utilization* atau MPCU)
7. Teori difusi inovasi (*innovation diffusion theory* atau IDT) 8.
8. Teori kognitif sosial (*social cognitive theory* atau SCT)

Vankatesh kemudian menggunakan teori-teori yang sudah ada sebelumnya ini untuk mengembangkan sebuah model gabungan baru yang terintegrasi. Model gabungan (*unified model*) ini kemudian mereka sebut dengan nama teori gabungan penerimaan dan penggunaan teknologi (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) atau disebut dengan singkatannya yaitu UTAUT. Ada tujuh konstruk yang selalu signifikan menjadi pengaruh-pengaruh langsung terhadap niat (*intentions*) atau terhadap pemakaian (*usage*) satu atau lebih model-model adopsi pembentuk UTAUT. Dari ketujuh konstruk, hanya empat konstruk utama yang dianggap mempunyai peran penting dalam pengaruh pengaruh langsung terhadap penerimaan pemakai dan perilaku pemakaian. Keempat konstruk ini adalah, Ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), ekspektansi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi-kondisi pemfasilitasi (*facilitating condition*). Berikut adalah penjelasan dari masing-masing konstruk:

1. *Performance Expectancy* (Ekspektasi Kinerja)

Tingkat konsumen dalam menggunakan teknologi mendapatkan keuntungan dilihat dari aktivitas yang dilakukan sehari-hari dapat terbantu dengan adanya sebuah teknologi (Achiriani, 2021). Venkatesh, et al. (2003)

mendefinisikan *Performance expectancy* (Ekspektasi Kinerja) sebagai tingkat dimana seseorang mempercayai dengan menggunakan sistem tersebut akan membantu orang tersebut untuk memperoleh keuntungan-keuntungan kinerja pada pekerjaan.

Sedangkan menurut Andriyaningtyas (2022) *performance expectancy* adalah pemahaman dan keyakinan seseorang sejauh mana teknologi dapat membantunya dalam aktivitas tertentu atau lebih spesifik dalam performa pekerjaan mereka. Dengan melihat kegunaan dan keuntungan yang dihasilkan dari penggunaan teknologi informasi, maka timbul minat pemanfaatan akan teknologi informasi oleh pengguna untuk meningkatkan kinerja mereka (Jati, 2012).

Variabel ini diperoleh dari gabungan-gabungan model penelitian terdahulu tentang model penerimaan dan penggunaan teknologi informasi menurut Vankatesh (2003), diantaranya :

- a. Persepsi terhadap kegunaan
- b. Motivasi ekstrinsik
- c. Kesesuaian pekerjaan
- d. Keuntungan relatif
- e. Ekspektasi-ekspektasi hasil.

2. *Effort Expectancy (Ekspektasi Usaha)*

Effort Expectancy (Ekspektasi Usaha) merupakan tingkat kemudahan penggunaan sistem yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya. Davis, et al. (1989) mengidentifikasi bahwa kemudahan pemakaian mempunyai pengaruh terhadap penggunaan teknologi informasi. Venkatesh dan Davis (2000) mengatakan bahwa Kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman bila bekerja dengan menggunakannya.

Effort Expectancy adalah ekspektasi konsumen ketika menggunakan sistem *mobile payment* untuk melakukan transaksi online, kemudahan dari penggunaan *mobile payment* yang tidak di butuhkan skill khusus untuk mengoperasikan sistem. Indikator yang digunakan adalah jelas dan mudah dimengerti, mudah dikembangkan dalam penggunaanya dan mudah digunakan (Abraham dalam Achiriani, 2021).

Davis (1989) memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi, yaitu: TI sangat mudah dipahami, TI mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh penggunanya, keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan TI, dan TI tersebut sangat mudah untuk dioperasikan. Dari beberapa penjelasan yang telah disampaikan di atas, pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah dalam hal pengoperasiannya akan

menimbulkan minat dalam menggunakan teknologi informasi tersebut dan seterusnya akan menggunakan teknologi informasi tersebut.

3. *Social Influence* (Pengaruh sosial)

Social Influence (Pengaruh sosial) didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individual mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang-orang lain yang akan mempengaruhinya menggunakan sistem yang baru. Pengaruh sosial merupakan faktor penentu terhadap tujuan perilaku dalam menggunakan teknologi informasi yang direpresentasikan sebagai norma subyektif dalam TRA, TAM, TPB, faktor sosial dalam MPCU, serta citra dalam teori difusi inovasi (IDT) (Venkatesh, et al., 2003). Moore dan Benbasat (1991) menyatakan bahwa pada lingkungan tertentu, penggunaan teknologi informasi akan meningkatkan status (*image*) seseorang di dalam sistem sosial.

Menurut pendapat Achiriani (2021) *Social influence* adalah pengaruh yang dirasakan dari orang lain yang mendorong pengguna *mobile payment* untuk menggunakan sistem dari *mobile payment* dalam bertransaksi. Sedangkan Andriyaningtyas (2022) mengartikan bahwa usaha yang dilakukan seseorang dalam mempengaruhi dan merubah seseorang atau sekelompok orang baik dari sisi keyakinan, persepsi dan perilaku merupakan bagian dari *social influence*. Pengaruh sosial adalah psikologi sosial yang menyelidiki bagaimana orang dipengaruhi oleh tekanan baik kenyataan atau perkiraan orang atau kelompok lain untuk mengubah sikap, kepercayaan, persepsi, atau tingkah laku orang lain (Umiyati, 2021). Dari beberapa definisi tersebut dapat diartikan bahwa, *social*

influence adalah pengaruh yang didapatkan seseorang dari orang terdekat untuk menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Venkatesh dan Davis (2000), pengaruh sosial mempunyai dampak pada perilaku individual melalui tiga mekanisme yaitu ketaatan (*compliance*), internalisasi (*internalization*), dan identifikasi (*identification*). Dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengaruh yang diberikan sebuah lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi untuk menggunakan suatu teknologi informasi yang baru maka semakin besar minat yang timbul dari personal calon pengguna tersebut dalam menggunakan teknologi informasi tersebut karena pengaruh yang kuat dari lingkungan sekitarnya.

4. *Facilitating Condition* (Kondisi-kondisi Pemfasilitasi)

Facilitating condition didefinisikan sejauh mana pengguna teknologi percaya bahwa infrastruktur dan teknikal tersedia untuk mendukung teknologi (Jogiyanto dalam Achiriani, 2021). Kondisi-kondisi Pemfasilitasi didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa infrastruktur organisasional dan teknikal tersedia untuk mendukung sistem. Dalam konsep ini terdapat gabungan variabel variabel yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan teknologi. Adapun variabel tersebut adalah:

- a. Kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991)
- b. Kondisi-kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) (Thomson et al., 1991)
- c. Kompatibilitas (*compatibility*) (Moore and Benbasat, 1991).

2.1.5. *E-Trust*

Menurut Hidayah (2020) kepercayaan konsumen dapat diartikan sebagai keyakinan bahwa sebuah penyedia produk atau jasa dapat diandalkan untuk berperilaku sedemikian rupa sehingga kepentingan jangka panjang konsumen dapat terpenuhi. *E-trust* merupakan sebuah permulaan dasar dari hubungan pembentukan dan pemeliharaan antara pelanggan dan penjual *online*. Kepercayaan elektronik atau *e-trust* merupakan hal dasar dari suatu hubungan yang membentuk dan memelihara hubungan antara pelanggan dan penjual dalam melakukan transaksi yang berbasis online (Liani & Yusuf, 2021).

Kepercayaan *online* merupakan hal penting karena secara logisnya konsumen mempunyai tingkat persepsi risiko yang lebih tinggi daripada transaksi non *online* dalam hal pengiriman, pembayaran, dan informasi personal. Maka dari itu, konsumen *online* hanya akan bertransaksi dengan bisnis *e-commerce* yang mereka percaya. Hingga konsumen percaya bahwa situs *online* yang bersangkutan tidak akan memberi mereka kerugian, konsumen tidak akan merasa nyaman dan tidak berniat untuk berbelanja di situs online tersebut (Sativa et al., 2016).

Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli tersebut maka dapat diketahui bahwa *e-trust* adalah keyakinan konsumen terhadap penyedia produk atau jasa bahwa mereka dapat dipercaya dalam memenuhi janjinya sesuai dengan harapan konsumen secara *online*.

Menurut Mayer et al., (1995) faktor yang membentuk *E-Trust* seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan *E-Security* dari penjual dalam melakukan transaksi. Kim et al., menyatakan bahwa ability meliputi kompetensi, pengalaman, pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan.

5. Kebaikan hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Keuntungan yang diperoleh penjual dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Menurut Kim et al., benevolence meliputi perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima.

j. Integritas (*Integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak. Kim et al., mengemukakan bahwa integrity dapat dilihat dari sudut kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterus-terangan (*honestly*), keterkaitan (*dependability*), dan kehandalan (*reliability*).

2.2 Hasil Penelitian Relevan

Penulis sebelumnya melakukan penelitian, maka penulis mempelajari serta membaca penelitian-penelitian sebelumnya yang telah lebih dahulu dilakukan. Dalam mempertahankan keaslian akan penelitian, maka bisa dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya berhubungan dengan variabel penelitian tersebut, penelitian terdahulu sebagai berikut :

Tabel 2.1

No	Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Anjani & Mukhlis (2022)	Penerapan Model UTAUT (<i>The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>) Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking	Hasil penelitian memperlihatkan bahwa <i>performance expectancy</i> (X1) berpengaruh positif pada menentukan minat perilaku (<i>behavioral intention</i>) pengguna BRI <i>Mobile Banking</i> (Y), <i>effort expectancy</i> (X2) berpengaruh positif terhadap minat perilaku (<i>behavioral intention</i>) pengguna BRI <i>Mobile Banking</i> (Y), <i>social influence</i> (X3) berpengaruh

			positif terhadap minat perilaku (<i>behavioral intention</i>) pengguna BRI <i>Mobile Banking</i> (Y), dan <i>facilitating condition</i> juga berpengaruh positif pada perilaku penggunaann BRI <i>Mobile Banking</i> (Y).
2	Pangestu & Pasaribu (2022)	<i>Behavior Intention</i> Penggunaan <i>Digital Payment QRIS</i> Berdasarkan Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT)(Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi)	<i>Performance expectancy</i> , <i>effort expectancy</i> , <i>social influence</i> , dan <i>facilitating conditions</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention</i> penggunaan <i>digital payment QRIS</i> pada UMKM Sektor Industri Makanan dan Minuman di Kota Jambi.
3	Tusyanah et al., (2021)	<i>Analyzing Factors Affecting the Behavioral Intention to Use e-Wallet with the UTAUT Model with Experience as Moderating Variable</i>	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel <i>performace expectancy</i> , <i>effort expectancy</i> , <i>social influence</i> dan <i>facilitating conditions</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> .
4	Anugrah & Ompusunggu (2021)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Penggunaan <i>E-Money</i> Melalui Aplikasi Pembayaran Berbasis Digital Menggunakan Model Utaut	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel <i>performace expectancy</i> , <i>effort expectancy</i> , <i>social influence</i> dan <i>facilitating conditions</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>e-money</i> .
5	Astrid Fabienza Wilfan & Erni Martini (2021)	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Linkaja Berdasarkan Model Teori Utaut (<i>unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i>)	<i>Performance Expectancy</i> , <i>Effort Expectancy</i> , <i>Facilitating Condition</i> terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention</i> . Sedangkan <i>social influence</i> memiliki hasil yang signifikan mempengaruhi niat penggunaan aplikasi LinkAja
6	Firdha et al. (2021)	Pengaruh <i>e-service quality</i> dan <i>e-trust</i> terhadap kepuasan konsumen <i>The effect of e-service quality and e-trust on shopeepay</i>	<i>E-trust</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna ShopeePay.

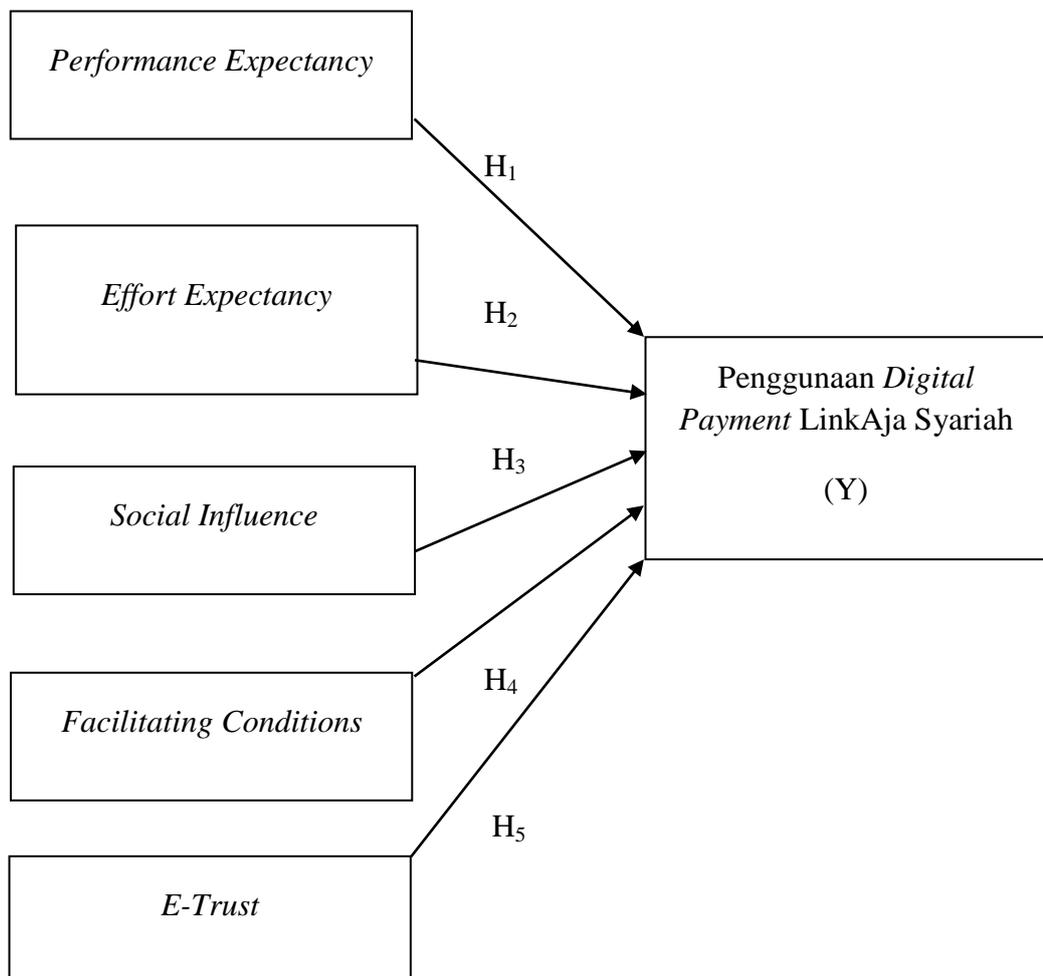
		<i>user consumer satisfaction</i>	
7	Damayanti et al. (2021)	Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> pada Generasi Milenial dengan Pendekatan UTAUT (<i>Unified Theory of Acceptance Use of Technology</i>)	Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor ekspektasi kinerja (<i>performance expectancy</i>) tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap behavioral intention, sedangkan faktor ekspektasi usaha (<i>effort expectancy</i>), pengaruh sosial (<i>social influence</i>) dan kondisi fasilitas (<i>facilitating conditions</i>) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> .
8	Rahmawati & Maika (2021)	Penerapan Model UTAUT terkait akseptasi mahasiswa terhadap <i>Cashless Payment</i> di masa Pandemi COVID-19	Dari hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa harapan akan kinerja (<i>performance expectancy</i>), harapan akan usaha (<i>effort expectancy</i>), pengaruh sosial (<i>social influence</i>), dan kondisi pendukung (<i>facilitating conditions</i>) memberikan hasil yang positif.
9	Achiriani (2021)	Pengaruh <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pada Pengguna Dompot Digital Dana Di Indonesia	Berdasarkan hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel <i>performance expectancy, effort expectancy, dan social influence</i> terhadap <i>behavioral intention</i> .
10	Septia Pratiwi & Kadek Dwi Nuryana (2021)	Analisis Tingkat Penerimaan dan Kepercayaan Pengguna Teknologi Terhadap Penggunaan Dompot Digital DANA	Berdasarkan hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa hanya variabel <i>social influence</i> yang memiliki pengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> , sedangkan variabel <i>performance expectancy, effort expectancy</i> dan <i>facilitating conditions</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> .
11	Khadijah &	Analisis Penerapan Model	Ekspektasi kinerja, Pengaruh

	Putri (2020)	Utaut Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan Dan Penggunaan <i>Internet Banking</i> .	sosial, dan Kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap minat pemanfaatan internet banking. Sedangkan ekspektasi usaha tidak signifikan terhadap minat pemanfaatan internet banking.
12	Riski Taufik Hidayah (2020)	<i>The Effect of E-trust and Marketing Public Relation Consumer E-loyalti of LAZADA</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>e-trust</i> memiliki pengaruh <i>e-loyalty</i> pada konsumen situs jual-beli LAZADA.
13	Fitriana et al. (2020)	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Dan <i>E-Trust</i> Terhadap (Survei pada Mahasiswa Pengguna OVO di FISIP Universitas Lampung)	Variabel <i>e-trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>e-satisfaction</i> di kalangan mahasiswa pengguna OVO di FISIP Universitas Lampung.
14	Putri & Jumhur (2019)	Peminat Aplikasi Blibli.Com Dengan Menggunakan Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (Utaut)	Dalam penelitian ini variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan adalah variabel <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Social influence</i> , sedangkan variabel <i>Effort expectancy</i> dan <i>Facilitating condition</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> .
15	Handayani & Sudiana (2017)	Analisis Penerapan Model Utaut (<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>) (Studi Kasus : Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta)	Berdasarkan analisis, diketahui bahwa variabel <i>Performance Expectancy (PE)</i> , <i>Social Influence (SI)</i> dan <i>Facilitating Condition (FC)</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> , sedangkan variabel <i>Effort Expectancy (EE)</i> memberikan hasil yang tidak signifikan atau tidak memiliki pengaruh.

2.3 Kerangka Berfikir

Sejalan dengan tujuan maupun kajian teori yang telah dibahas, maka langkah berikutnya yakni menguraikan dalam bentuk kerangka berfikir tentang *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, dan *e-trust* terhadap penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah. Maka dari itu dapat disusun kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut ini:

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir



Sumber : Diadaptasi dari Venkatesh (2003)

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dimana dibagian rumusan masalah sudah menyatakan dalam bentuk kalimat. Jika dikatakan sementara, karena jawaban yang didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. Jadi hipotesis dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono,2016).

2.4.1 Hubungan antara *Performance Expectancy* dengan Penggunaan

Digital Payment LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi

Semakin tinggi tingkat *performance expectancy* maka akan semakin mempengaruhi penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah. *Performance expectancy* merupakan tingkat keyakinan individu untuk menggunakan teknologi karena dapat membantu kinerja pekerjaan individu lebih baik. Ketika suatu sistem informasi memberikan kemudahan dalam peningkatan bekerja maka tandanya sistem informasi tersebut memberikan dampak positif dalam penggunaannya (Diana, 2018). Seseorang yang merasa pekerjaannya dimudahkan dengan menggunakan suatu sistem atau aplikasi akan memiliki niat untuk memanfaatkan sistem tersebut dan menggunakannya secara berkelanjutan.

Penelitian Anjani dan Mukhlis (2022) menyatakan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna pembayaran digital, hal ini sama dengan penelitian Tusyanah et al. (2021) yang menyatakan bahwa *performance expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. dan penelitian Anugrah dan Ompusunggu (2021) menyatakan

ekspektasi kinerja menjadi anteseden utama dalam adopsi pembayaran berbasis digital. Selain itu, juga menunjukkan hubungan positif antara ekspektansi kinerja dengan niat menggunakan aplikasi pembayaran digital. Sistem pembayaran berbasis digital memberikan kemudahan dan meningkatkan kinerja kepada konsumen untuk melakukan transaksi keuangan sehari-hari.

H₁ : *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap penggunaan digital payment LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.

2.4.2 Hubungan antara *Effort Expectancy* dengan Penggunaan *Digital*

Payment LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi

Semakin tinggi tingkat *effort expectancy* maka akan semakin mempengaruhi tingkat penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah. Tingkat kemudahan penggunaan terhadap suatu teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem atau aplikasi itu mempunyai manfaat sehingga akan menimbulkan rasa nyaman penggunaannya. Seseorang yang merasa pekerjaannya dimudahkan dengan menggunakan suatu sistem atau aplikasi akan memiliki niat untuk memanfaatkan aplikasi tersebut dan menggunakannya secara berkelanjutan.

Berdasarkan penelitian Tusyanah et al. (2021) menyimpulkan bahwa variabel *effort expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, penelitian dari Khadijah dan Putri (2020) berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat pemanfaatan pembayaran digital. Hasil penelitian dari Anugrah dan Ompusunggu (2021) juga demikian bahwa *effort expectancy* yang menyatakan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif pada penggunaan pembayaran

berbasis digital melalui layanan seluler. Hal ini menunjukkan bahwa individu memiliki tingkat kemanfaatan yang tinggi ketika menggunakan e-money melalui aplikasi pembayaran berbasis digital.

H₂ : *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap penggunaan digital payment LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.

2.4.3 Hubungan antara *Social Influence* dengan Penggunaan *Digital*

Payment LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi

Semakin tinggi tingkat *social influence* maka akan semakin mempengaruhi tingkat penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah. Ketika dihadapkan pada sesuatu / teknologi yang baru seseorang cenderung membutuhkan dukungan dari orang lain. Pengaruh sosial ditemukan sebagai faktor signifikan dalam mempengaruhi niat perilaku individual untuk menggunakan sistem informasi baru (Taylor & Todd, 1995). Seseorang yang merasa mendapatkan dukungan untuk menggunakan suatu sistem atau aplikasi akan memiliki niat untuk memanfaatkan aplikasi tersebut dan menggunakannya secara berkelanjutan.

Berdasarkan penelitian Khadijah dan Putri (2020) pengaruh sosial memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital. Hal ini selaras dengan penelitian Anjani dan Mukhlis (2022) bahwa *social influence* atau pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Hasil penelitian Anugrah dan Ompusunggu (2021) menunjukkan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan. Atau dapat dikatakan semakin tinggi pengaruh sosial kepada individu individu untuk menggunakan suatu teknologi, maka semakin tinggi juga niat individu untuk

menggunakan teknologi tersebut. Kesiapan individu untuk menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh opini orang-orang disekitarnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa individu dengan pengaruh sosial yang tinggi memiliki niat yang tinggi untuk menggunakan e-money melalui aplikasi pembayaran berbasis digital.

H₃ : *social influence* berpengaruh positif terhadap penggunaan digital payment LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.

2.4.4 Hubungan antara *Facilitating Condition* dengan Penggunaan Digital Payment LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi

Semakin tinggi tingkat *facilitating condition* maka akan semakin mempengaruhi tingkat penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah. Gupta et al., (2017) menyatakan kondisi yang memfasilitasi mencerminkan pengaruh dari sumber daya yang dibutuhkan seperti internet atau memori untuk *smartphone* atau dan *hardware* serta yang penting juga ialah pengetahuan dalam meningkatkan niat penggunaan terhadap teknologi. Seseorang yang merasa percaya bahwa infrastruktur organisasi memfasilitasi pemanfaatan penggunaan teknologi sehingga mempengaruhi seseorang untuk menggunakan suatu sistem atau aplikasi dan memiliki niat untuk memanfaatkan aplikasi tersebut dan menggunakannya secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian Tusyanah et al. (2021) *facilitating condition* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Penelitian Anjani & Mukhlis (2022) memperlihatkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh pada *behavioral intention*. Hasil ini selaras dengan penelitian Anugrah dan Ompusunggu (2021)

menunjukkan bahwa kondisi pemfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan pembayaran digital. Semakin tinggi fasilitas yang tersedia, semakin tinggi pula niat individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu.

H₄ : *facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap penggunaan digital payment LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.

2.4.5 Hubungan antara *E-Trust* dengan Penggunaan *Digital Payment*

LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi

Semakin tinggi tingkat *e-trust* maka akan semakin mempengaruhi tingkat penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah. *E-Trust* merupakan hal penting karena secara logisnya konsumen mempunyai tingkat persepsi risiko yang lebih tinggi daripada transaksi *non online* dalam hal pengiriman, pembayaran, dan informasi personal. Maka dari itu, konsumen online hanya akan bertransaksi dengan bisnis *e-commerce* yang mereka percaya. Seseorang yang merasa percaya bahwa suatu aplikasi pembayaran digital yang bersangkutan tidak akan memberi mereka kerugian, konsumen tidak akan merasa nyaman dan tidak berniat untuk berbelanja di aplikasi tersebut akan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan suatu sistem atau aplikasi dan memiliki niat untuk memanfaatkan aplikasi tersebut dan menggunakannya secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian Hidayah (2020) menunjukkan bahwa *e-trust* memiliki pengaruh pada konsumen aplikasi jual-beli *online*. Penelitian Fitriana et al. (2020) juga menyatakan bahwa variabel *e-trust* berpengaruh positif dan

signifikan terhadap *e-satisfaction*. Hal ini juga selaras dengan penelitian Firdha et al. (2021) yang menyimpulkan *e-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan.

H₅ : *e-trust* berpengaruh positif terhadap penggunaan digital payment LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Dalam penelitian ini waktu yang dibutuhkan mulai dari penyusunan proposal sampai tersusunnya laporan hasil penelitian dimulai bulan Mei 2022 sampai skripsi selesai. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Ngawi Jawa Timur.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah data kuantitatif yaitu metode penelitian sesuai fenomena yang diamati, diukur, dan memiliki hubungan sebab akibat. Selain itu, memakai populasi serta sampel tertentu. Data yang didapat bisa memiliki ciri-ciri berupa statistik ataupun angka sebagai bukti akan hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2015).

3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Keseluruhan objek atau subjek yang berada di wilayah generalisasi, memiliki syarat-syarat, kriteria, dan kuantitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulan dikatakan sebagai Populasi (Sugiyono, 2015). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di Kabupaten Ngawi yang pernah bertransaksi menggunakan aplikasi LinkAja Syariah.

3.3.2 Sampel

Bagian dari jumlah serta ciri-ciri yang dimiliki oleh populasi disebut sebagai sampel (Sugiyono, 2015). Terdapat beberapa keterbatasan baik dana, tenaga serta waktu, sehingga menjadikan peneliti memakai sampel yang diambil dari populasi tersebut maka dari itulah alasan peneliti tidak mampu untuk meneliti seluruh populasi. Apa yang dipelajari dari sampel maka kesimpulannya berlaku pula pada populasi. Maka sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representative* atau dapat mewakili (Mufraini, 2013). Penelitian ini memakai suatu rumus yang disebut dengan rumus *Unknow Population* oleh Sugiyono (2008) pada Vhistika & Yushita (2017). Penggunaan rumus ini disebabkan oleh tidak diketahuinya jumlah populasi secara pasti. Dimana rumus *unknow population* yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Ukuran Standar Normal dengan nilai 1,96

p = Estimasi Proporsi Populasi yang bernilai 0.5

d = Interval/Penyimpangan yang bernilai 0.1

q = 1-p

Perhitungan

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas, sampel penelitian berjumlah 96, melihat hasil tersebut maka untuk memudahkan perhitungan serta mengantisipasi adanya kuisisioner yang cacat, maka peneliti menggunakan 100 kuesioner.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu teknik *non probability sampling*. Metode tersebut tidak memberikan kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2015). Pengambilan sampel yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *simple random sampling*.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu simple random sampling karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2016). Adapun kriteria yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Pengguna LinkAja Syariah yang pernah melakukan transaksi
2. Seorang Muslim
3. Berdomisili di Kabupaten Ngawi
4. Berusia 18 – 55 tahun

3.4 Data Dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Data primer, dimana pengambilan data langsung dari sumber pertama, dapat berupa data responden dari hasil pengisian kuisisioner yang memiliki isi pernyataan mengenai sesuatu yang berkaitan dengan *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social*

influence, facilitating conditions dan *e-trust* terhadap penggunaan digital payment LinkAja Syariah Studi kasus pada pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian dikatakan sebagai metode pengumpulan data. Pada penelitian kuantitatif dikenal beberapa metode kuesioner. Daftar pertanyaan yang memiliki isi yakni semua pernyataan atau pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data melalui telepon, surat, maupun bertatap muka disebut kuisisioner. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan angket atau kuesioner secara online melalui *google form* dan juga secara langsung kepada responden dengan disertai alternatif jawaban.

Pertanyaan – pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan skala likert. Menurut Sugiyono (2012) peneliti harus merumuskan sejumlah pertanyaan mengenai suatu topik tertentu dan meminta responden untuk memilih antara jawaban sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Setiap jawaban memiliki skor yang berbeda dan seluruh jawaban responden dijumlahkan berdasarkan skornya sehingga menghasilkan suatu skor tunggal mengenai suatu topik tertentu.

Tabel 3.1
Skala *Likert*

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Netral	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiyono (2012)

3.6 Variabel Penelitian

Segala sesuatu yang ditetapkan peneliti untuk mendapatkan informasi sehingga nantinya dapat ditarik kesimpulan diartikan sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2007). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini :

- 1) Variabel bebas (Independen) sebagai variabel yang menyebabkan perubahan pada variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variable *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence facilitating conditions*, dan *facilitating condition*.
- 2) Variabel terikat (dependen) sebagai variable yang menjadi akibat dari variable bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variable terikat yakni penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah

3.7 Definisi Operasional Variable

Definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana mengukur suatu variable.

Tabel 3. 1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Definisi
<i>Performance Expectancy</i> (X1)	Persepsi terhadap kegunaan	Venkatesh (2003) mendefinisikan <i>Performance expectancy</i> (Ekspektasi Kinerja) sebagai tingkat dimana seseorang mempercayai dengan menggunakan sistem tersebut akan membantu orang tersebut untuk memperoleh keuntungan-keuntungan kinerja pada pekerjaan.
	Motivasi ekstrinsik	
	Kesesuaian pekerjaan	
	Keuntungan relatif	
	Ekspektasi –	

	ekspektasi hasil	
<i>Effort Expectancy</i> (X2)	Persepsi kemudahan pengelolaan	Venkatesh (2003) mendefinisikan <i>Effort Expectancy</i> (Ekspektasi Usaha) ialah tingkat kemudahan penggunaan sistem yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya.
	Kecepatan dalam mengerjakan	
	Keuntungan kinerja	
	Motivasi	
<i>Social Influence</i> (X3)	<i>Subjective Norm</i>	Venkatesh (2003) mendefinisikan <i>Social Influence</i> (Pengaruh sosial) sebagai sejauh mana seorang individual mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang-orang lain yang akan mempengaruhinya menggunakan sistem yang baru.
	Faktor sosial	
	<i>Image</i>	
<i>Facilitating Condition</i> (X4)	<i>Perceived behavioral control</i>	Venkatesh (2003) mendefinisikan <i>Facilitating Condition</i> (Kondisi-kondisi Pemfasilitasi) sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa infrastruktur organisasional dan teknikal tersedia untuk mendukung sistem.
	<i>Facilitating Conditions</i>	
	<i>Compatibility</i>	
<i>E-Trust</i> (X5)	Ketulusan	Menurut Mayer et al., (1995) <i>e-trust</i> adalah keinginan seseorang untuk peka akan sikap orang lain, dengan harapan orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, dengan tidak bergantung terhadap kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya.
	Kemampuan	
	Integritas	

Penggunaan <i>Digital Payment</i> (Y)	Kenyamanan	Menurut Puspita (2019), <i>digital payment</i> ialah melakukan pembayaran secara digital dikarenakan adanya kenyamanan dan kemudahan menggunakan dimana pun dan kapanpun.
	Kemudahan Akses	
	Manfaat	

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Metode menganalisis data untuk memperoleh gambaran yang jelas dari masalah yang diteliti dinamakan analisis data. Metode yang memiliki tujuan untuk menggambarkan sifat tertentu yang tengah berlangsung saat riset dilaksanakan dinamakan analisis deskriptif (Umar, 2009). Dalam penelitian ini analisis deskriptif dipakai untuk menerangkan data kuisisioner. Hasil tersebut kemudian dimasukkan pada tabulasi data yang akan diolah dengan program statistik SPSS versi 22.

3.8.2 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menguji kekuatan kebenaran suatu kuisisioner dinamakan uji validitas. Pengukuran validitas data kuisisioner dapat dilakukan lewat korelasi antara antar skor butir pertanyaan dengan total skor variable. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{table} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, yang dicari pada n yakni jumlah sample dengan signifikannya 5%. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{table} maka menghasilkan nilai positif sehingga butir pertanyaan atau indikator

tersebut dinyatakan valid. Jika pernyataan dinyatakan tidak valid lebih baik bila dibuang maupun diganti pertanyaan (Sugiyono, 2015).

2. Uji Reliabilitas

Jika instrumen tersebut secara stabil memperlihatkan suatu hasil yang tidak berubah-ubah setiap dilakukannya pengukuran instrumen pengukur data, sehingga diharapkan hasil akhir data tersebut *reliable* atau terpercaya maka itu yang dinamakan uji reliabilitas (Ferdinand, 2014). SPSS memfasilitas dalam mengukur reliabilitas dengan adanya uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika statistik *Cronbach Alpha*(α) $> 0,70$ (Ghozali I. , 2013).

Sejauh mana hasil dari pengukurannya nanti akan relatif tetap jika diadakannya pengulangan pengukuran baik sebanyak dua kali atau lebih. Suatu kuesioner dikatakan reliabel ataupun handal bila jawaban seseorang akan pernyataan menunjukkan kestabilan dari waktu ke waktu (Ghozali I. , 2013).

Pengukuran reliabilitas pada instrumen penelitian ini dengan *Cronbach's Alpha*. Uji reliabilitas yang melalui metode *one shot* diukur hanya satu kali yang hasilnya diperbandingkan dengan pertanyaan lain atau dapat dikatakan mengukur korelasi antar jawaban.

3.8.3 Uji Ketetapan Model

Uji model digunakan untuk mengetahui apakah model yang dibuat layak atau tidak layak. Uji model yang dilakukan dalam penelitian ini ada 2 yaitu:

1. Uji Statistik F

Uji F dilakukan untuk menguji kesesuaian model regresi linier berganda. Uji F dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh simultan antara variabel X terhadap variabel Y. Kriteria pengujian dengan uji F adalah dengan membandingkan nilai signifikansi dari nilai F ($= 0,05$) dengan ketentuan $< 0,05$ maka secara simultan berpengaruh signifikan atau bila $F > 0,05$ maka secara simultan tidak berpengaruh signifikan dan hasilnya dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ hal ini variabel X secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Nugroho dkk, 2021).

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah metrik yang menunjukkan seberapa baik model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai nol sampai satu. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan faktor-faktor independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat dibatasi. Angka yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk meramalkan fluktuasi variabel terikat. Kekurangan dari koefisien determinasi yaitu konstan tanpa memperhatikan jumlah variabel independen, oleh karena itu R^2 harus naik terlepas dari apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen. Akhirnya, beberapa peneliti 37 menyarankan untuk

menjadikan nilai Adjusted R² saat melakukan evaluasi model regresi (Ghozali, 2011).

3.8.4 Regresi Liner Berganda

Analisa data pertama yang dipakai dalam penelitian ini yakni regresi liner berganda. Regresi liner berganda ini dipakai sebab sesuai dengan keadaan memang terjadi di lapangan dimana suatu variabel terikat tidak hanya dapat diterangkan oleh satu variable bebas akan tetapi perlu pula diterangkan oleh beberapa variable terikat (Suharjo, 2008). Analisa ini dipakai untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *e-trust*. Sedangkan yang menjadi variable terikat (Y) adalah minat penggunaan LinkAja. Persamaan regresi liner berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat yaitu penggunaan *digital payment* LinkAja syariah

e = Standart Error

β = Koefisien dari variabel bebas (X)

X₁ = Variabel *performance expectancy*

X₂ = Variabel *effort expectancy*

X₃ = Variabel *social influence*

X₄ = Variabel *facilitating conditions*

X⁵ = Variabel *e-trust*

3.8.5 Uji t

Masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen ditentukan dengan menggunakan uji statistik t atau uji parsial. Hal ini dapat dicapai dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi untuk setiap t hitung. Dan dapat ditentukan apakah variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas berdasarkan temuan tersebut (Ghozali, 2013).

Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut: H_0 : $\beta = 0$, artinya variabel independen secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen .

H_a : $\beta \neq 0$, artinya variabel independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

H_0 diterima dan H_a ditolak jika probabilitas signifikansi $> 0,05$ maknanya harga, kualitas produk, promosi memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Perbandingan nilai t hitung dengan t tabel

H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$

H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$

Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, maka kriteria pengambilan keputusan penelitian adalah sebagai berikut:

Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* dan *e-trust* berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment*.

Perbandingan nilai t hitung dengan t tabel

Apabila $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Apabila $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggunaan digital payment LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi yang beragama islam. Jumlah pengguna LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi yang beragama islam tidak diketahui dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 pengguna muslim di Kabupaten Ngawi, dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*, jumlah sampel yang ditentukan menggunakan rumus. Untuk memperoleh data gambaran peneliti menggunakan kuesioner yang berisi diskripsi dari responden yang berisi : jenis kelamin, usia dan berapa lama menggunakan aplikasi LinkAja Syariah. Dan setelah diskripsi diperoleh dari responden dibuatlah tabulasi, sehingga peneliti memiliki gambaran secara rinci gambaran objek penelitian.

Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan berapa lama menggunakan aplikasi LinkAja Syariah, adapun diskripsi karakteristik responden sebagai berikut :

a. Kriteria Jenis Kelamin

Tabel 4. 1

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah responden	Presentase (%)
Perempuan	75	75%
Laki – Laki	25	25%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan data diatas dengan menggunakan kriteria jenis kelamin terdapat pengguna LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 75 atau 75% dari keseluruhan responden, sedangkan pengguna yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 25 pengguna atau 25% dari keseluruhan responden. Berdasarkan analisis tersebut dapat diketahui bahwa pengguna digital payment LinkAja Syariah terbesar adalah perempuan.

b. Kriteria Usia

Tabel 4. 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase (%)
18-24 Tahun	86	86%
25-40 Tahun	12	12%
40-55 Tahun	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan data diatas dengan menggunakan kriteria jenis kelamin terdapat pengguna LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 75 atau 75% dari keseluruhan responden, sedangkan pengguna yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 25 pengguna atau 25% dari

keseluruhan responden. Berdasarkan analisis tersebut dapat diketahui bahwa pengguna *digital payment* LinkAja Syariah terbesar adalah perempuan.

c. Kriteria Lama Penggunaan Aplikasi

Tabel 4. 3

Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi

Lama Penggunaan	Jumlah	Presentase (%)
> 1 Tahun	64	64%
1 – 2 Tahun	23	23%
> 2 Tahun	13	13%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan data diatas dengan menggunakan kriteria lama penggunaan aplikasi LinkAja Syariah > 1 tahun sebanyak 64 atau 64% dari keseluruhan responden, yang menggunakan dalam waktu 1 - 2 tahun berjumlah 23 pengguna atau 23% dari keseluruhan responden, sedangkan yang menggunakan dalam waktu > 2 tahun sebanyak 13 responden atau 13% dari keseluruhan responden. Berdasarkan analisis tersebut dapat diketahui bahwa lama penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah terbesar adalah 1-2 tahun.

4.2 Hasil Pengujian dan Hasil Analisis

4.2.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak validnya suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, nilai probabilitas signifikan < 0,05.

1) *Performance Expectancy* (X_1)

Tabel 4. 4

Hasil Uji Validitas *Performance Expectancy* (X_1)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,787	0,1946	Valid
X1.2	0,771	0,1946	Valid
X1.3	0,810	0,1946	Valid
X1.4	0,712	0,1946	Valid
X1.5	0,800	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Dari hasil uji validitas diatas menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel *performance expectancy* (X_1) dapat diartikan memiliki status valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,1946.

2) *Effort Expectancy* (X_2)

Tabel 4. 5

Hasil Uji Validitas *Effort Expectancy* (X_1)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,680	0,1946	Valid
X2.2	0,675	0,1946	Valid
X2.3	0,840	0,1946	Valid
X2.4	0,828	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Dari hasil uji validitas diatas menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel *effort expectancy* (X_2) dapat diartikan memiliki status valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,1946.

3) *Social Influence* (X₃)

Tabel 4. 6

Hasil Uji Validitas Social Influence (X3)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,848	0,1946	Valid
X3.2	0,873	0,1946	Valid
X3.3	0,866	0,1946	Valid
X3.4	0,830	0,1946	Valid
X3.5	0,766	0,1946	Valid
X3.6	0,760	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Dari hasil uji validitas diatas menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel *social influence* (X₃) dapat diartikan memiliki status valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,1946.

4) *Facilitating Conditions* (X₄)

Tabel 4. 7

Hasil Uji Validitas Facilitating Conditions (X4)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X4.1	0,854	0,1946	Valid
X4.2	0,843	0,1946	Valid
X4.3	0,871	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Dari hasil uji validitas diatas menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel *facilitating conditions* (X₄) dapat diartikan memiliki status valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,1946.

5) *E-Trust* (X_5)

Tabel 4. 8

Hasil Uji Validitas E-Trust (X_5)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X5.1	0,869	0,1946	Valid
X5.2	0,886	0,1946	Valid
X5.3	0,904	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Dari hasil uji validitas diatas menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel *e-trust* (X_5) dapat diartikan memiliki status valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,1946.

6) Pengguna *Digital Payment* (Y)

Tabel 4. 9

Hasil Uji Validitas Pengguna Digital Payment (Y)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,835	0,1946	Valid
Y.2	0,778	0,1946	Valid
Y.3	0,828	0,1946	Valid
Y.4	0,864	0,1946	Valid
Y.5	0,869	0,1946	Valid
Y.6	0,736	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Dari hasil uji validitas diatas menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel pengguna *digital payment* (Y) dapat diartikan memiliki status valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,1946.

b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk melihat tingkat konsistensi jawaban seseorang dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas ini memakai *SPSS 22 for Windows* pada table *Reliability Statistics* pada kolom *Cronbach's Alpha*-nya. Variabel dalam kuisioner dapat dikatakan reliable bila nilai *Cronbach Alpha*-nya $> 0,70$ maka reliable.

Tabel 4. 10

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	0,835	<i>Cronbach Alpha</i> $> 0,70$, maka reliabel	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	0,749		Reliabel
<i>Social Influence</i>	0,906		Reliabel
<i>Facilitating Conditions</i>	0,817		Reliabel
<i>E-Trust</i>	0,861		Reliabel
Penggunaan <i>Digital Payment</i>	0,897		Reliabel

Sumber : Data diolah Oktober 2022

Hasil uji reabilitas diatas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian memiliki *cronbach alpha* $> 0,70$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan untuk masing-masing variabel dikatakan reliabel.

4.2.2 Hasil Uji Ketepatan Model

A. Uji F

Pengujian uji simultan digunakan untuk melihat apakah secara keseluruhan variabel independen mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian uji f adalah dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka seluruh variabel independen berpengaruh

secara simultan terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya. Hasil uji f pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 11

Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	542.745	5	108.549	30.896	.000 ^b
	Residual	330.255	94	3.513		
	Total	873.000	99			

Sumber : DataPrimer Diolah 2022

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 30,896. Sedangkan untuk Ftabel sebesar 2,31 dengan nilai df 1 sebesar 5 dan nilai df 2 sebesar 94. Artinya *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, e-trust* berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan *digital payment*.

B. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahuinya dapat dilihat pada tabel Model Summary pada kolom Adjusted R Square, nilai ini menunjukkan seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Hasil uji dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 12

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.622	.602	1.87439

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,622 yang berarti *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, e-trust* mempengaruhi penggunaan *digital payment* sebesar 62,2%, sedangkan sisanya yaitu 37,8% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

4.2.3 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 13

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.275	1.837		1.783	.078
X1	.132	.113	.113	1.164	.247
X2	.184	.112	.137	1.636	.105
X3	.103	.066	.138	1.571	.120
X4	.504	.178	.262	2.833	.006
X5	.574	.175	.314	3.283	.001

Sumber : Data Primer Diolah 2022

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

$$Y = 3,275 + 0,132X_1 + 0,184X_2 + 0,103X_3 + 0,504X_4 + 0,574X_5 + e$$

Persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 3,275 menunjukkan bahwa apabila *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *e-trust* dianggap tetap, maka penggunaan *digital payment* mempunyai nilai positif sebesar 3,275.
2. Nilai koefisien regresi *performance expectancy* adalah 0,132, menunjukkan bahwa setiap kenaikan *performance expectancy* akan menaikkan minat penggunaan *digital payment* sebesar 0,132.
3. Nilai Koefisien regresi *effort expectancy* adalah 0,814, menunjukkan bahwa setiap kenaikan *effort expectancy* akan menaikkan minat penggunaan *digital payment* sebesar 0,814.
4. Nilai Koefisien regresi *social influence* adalah 0,103, menunjukkan bahwa setiap kenaikan *social influence* akan menaikkan minat penggunaan *digital payment* sebesar 0,103.
5. Nilai Koefisien regresi *facilitating conditions* adalah 0,504, menunjukkan bahwa setiap kenaikan *facilitating conditions* akan menaikkan minat penggunaan *digital payment* sebesar 0,574.
6. Nilai Koefisien regresi *e-trust* adalah 0,504, menunjukkan bahwa setiap kenaikan *e-trust* akan menaikkan minat penggunaan *digital payment* sebesar 0,574.

4.2.4 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah signifikan atau tidak suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian adalah

dengan syarat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dikatakan terdapat pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 14
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.275	1.837		1.783	.078
X1	.132	.113	.113	1.164	.247
X2	.184	.112	.137	1.636	.105
X3	.103	.066	.138	1.571	.120
X4	.504	.178	.262	2.833	.006
X5	.574	.175	.314	3.283	.001

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan hasil pengujian tabel di atas dapat diketahui bahwa :

$$Df = n - k$$

$$= 100 - 6 = 94$$

$$T.Tabel = 1,985$$

Hipotesis 1 : 1.164 (*performance expectancy* (X₁) Tidak Berpengaruh Terhadap penggunaan *digital payment*)

Hipotesis 2 : 1.636 (*effort expectancy* (X₂) Tidak Berpengaruh Terhadap penggunaan *digital payment*)

Hipotesis 3 : 1.571 (*social influence* (X₃) Tidak Berpengaruh Terhadap penggunaan *digital payment*)

Hipotesis 4 : 2.833 (*facilitating condition* (X₄) Tidak Berpengaruh Terhadap penggunaan *digital payment*)

Hipotesis 5 : 3.283 (*e-trust* (X₁) Tidak Berpengaruh Terhadap penggunaan *digital payment*)

Dari data hasil output spss 22 diatas, peneliti dapat memberikan analisa hasil uji hipotesis sebagai berikut:

1. *Performance expectancy* (X₁) tidak berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah karena t hitung sebesar 1,164 > 1,985 dan nilai signifikansi sebesar 0,247 < 0,05, maka H1 ditolak dan H0 diterima.
2. *Effort expectancy* (X₂) tidak berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah karena t hitung sebesar 1, 636 > 1,985 dan nilai signifikansi sebesar 0,105 < 0,05, maka H1 ditolak dan H0 diterima.
3. *Social influence* (X₃) tidak berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah karena t hitung sebesar 1,571 > 1,985 dan nilai signifikansi sebesar 0,120 < 0,05, maka H1 ditolak dan H0 diterima.
4. *Facilitating conditions* (X₄) berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah karena t hitung sebesar 2,833 > 1,985 dan nilai signifikansi sebesar 0,006 < 0,05, maka H1 diterima dan H0 ditolak.
5. *E-trust* (X₅) berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah karena t hitung sebesar 3,283 > 1,985 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05, maka H1 diterima dan H0 ditolak.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh *performance expectancy* terhadap penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *performance expectancy* yaitu $0,247 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $1,636 > 1,985$ artinya H1 ditolak. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment*. Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang menjelaskan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap penggunaan *digital payment* dalam menggunakan aplikasi LinkAja Syariah ditolak. Sehingga apabila *performance expectancy* meningkat ataupun menurun maka tidak akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan keputusan terhadap kepuasan menggunakan *digital payment* LinkAja Syariah.

Peneliti menyimpulkan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment* dikarenakan pengguna LinkAja syariah di Kabupaten Ngawi tidak merasa bahwa dengan menggunakan LinkAja Syariah dalam bekerja akan membantu penyelesaian pekerjaan dengan lebih cepat atau peningkatan produktivitas bekerja. Pengguna aplikasi LinkAja Syariah menggunakan aplikasi tersebut dalam bekerja karena dipengaruhi aspek lain. Hasil ini sejalan dengan penelitian ini yaitu dilakukan oleh Suardikha (2020) yang menunjukkan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment*.

4.2.1 Pengaruh *effort expectancy* terhadap penggunaan *digital payment*

LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *effort expectancy* yaitu $0,105 < 0,05$, dan nilai t hitung sebesar $1,636 > 1,985$ artinya H_1 ditolak. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment*. Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang menjelaskan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap penggunaan *digital payment* dalam menggunakan aplikasi LinkAja Syariah ditolak.

Peneliti menyimpulkan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment*. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa peningkatan kinerja konsumen di Kabupaten Ngawi dalam menyelesaikan sebuah pekerjaan tidak mempengaruhi individu tersebut untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital. Kemudian, cepatnya penyelesaian tugas seorang individu juga tidak memengaruhi individu tersebut untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital. Hal tersebut dapat dinilai karena kebanyakan masyarakat Kabupaten Ngawi menggunakan aplikasi pembayaran digital hanya untuk kesenangan dan kepuasan kepentingan pribadi. Maka dari itu, bagi perusahaan penyedia layanan pembayaran digital diharapkan bisa memberikan fasilitas pelayanan yang dapat berhubungan dengan pekerjaan individu sehingga dapat membantu kinerja individu lebih baik dan terselesaikan lebih cepat. Selain itu, aplikasi pembayaran digital cenderung digunakan untuk transaksi pembayaran barang ritel dimana kegiatan tersebut tidak berhubungan dengan peningkatan

kinerja seseorang serta masih kurangnya *merchant-merchant* yang menyediakan fasilitas pembayaran digital sehingga tidak mendorong adanya minat penggunaan *digital payment* di masyarakat.

Hal ini disebabkan karena penyedia jasa LinkAja Syariah sudah merancang sistem penggunaan aplikasinya dengan mudah dari awal sehingga kemudahan bukanlah salah satu faktor yang dapat memengaruhi konsumen dalam menggunakan pembayaran digital. Adanya fasilitas - fasilitas pendukung seperti tutorial pemakaian pembayaran digital juga yang mempermudah dan menarik konsumen untuk tertarik menggunakan pembayaran digital. Dasar-dasar itu juga menjadi alasan kenapa faktor ekspektasi usaha bukanlah faktor yang mendukung dalam penggunaan pembayaran digital di Kabupaten Ngawi. Hasil ini sejalan dengan penelitian ini yaitu dilakukan oleh Nur Diana (2018) yang menunjukkan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap penggunaan digital payment.

4.2.2 Pengaruh *social influence* terhadap penggunaan *digital payment*

LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *social influence* yaitu $0,120 < 0,05$, dan nilai t hitung sebesar $1,571 > 1,985$ artinya H1 ditolak. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *social influence* tidak berpengaruh terhadap penggunaan digital payment. Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang menjelaskan bahwa *social influence* berpengaruh positif terhadap penggunaan digital payment dalam menggunakan aplikasi LinkAja Syariah ditolak. Sehingga apabila *social influence* meningkat

ataupun menurun maka tidak akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan keputusan terhadap penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah.

Peneliti menyimpulkan bahwa social influence tidak berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment* disebabkan lingkungan sosial pengguna tidak mampu memotivasi dan mendorong pengguna LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi untuk menggunakan aplikasi tersebut. Hasil kuesioner menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa teman-teman atau rekan-rekan pengguna mendukung untuk menggunakan LinkAja Syariah dan Transaksi dengan LinkAja sudah di anggap sebagai hal yang wajar. Namun sebagian responden tidak setuju bahwa keluarga pengguna menganjurkan pengguna menggunakan LinkAja Syariah dan keluarga pengguna sudah menggunakan LinkAja Syariah. Hal tersebut menunjukkan LinkAja Syariah harus lebih memberikan perhatian pada variabel pengaruh sosial terutama dalam menarik minat keluarga pengguna dalam menggunakan LinkAja Syariah. Dalam hal ini juga berarti bahwa pengguna merasa dengan menggunakan LinkAja Syariah belum dapat meningkatkan citra atau status sosialnya. Sebagai penyedia layanan LinkAja Syariah dapat membuat strategi marketing dengan bekerjasama dengan *Social Influencer* masa kini (seperti Selebgram, Youtuber) untuk mempromosikan aplikasi LinkAja Syariah sehingga pengguna lain memiliki minat untuk menggunakan aplikasi LinkAja Syariah. Hasil ini sejalan dengan penelitian ini yaitu dilakukan oleh (Suardikha, 2020) dan Suhendery (2021) yang menunjukkan bahwa *social influence* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment*.

4.2.3 Pengaruh *facilitating conditions* terhadap penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *facilitating conditions* yaitu $0,120 < 0,05$, dan nilai t hitung sebesar $2,833 > 1,985$ artinya H_1 diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *digital payment*. Artinya semakin tinggi *facilitating conditions* maka akan meningkatkan penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah.

Peneliti menyimpulkan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment* disebabkan kondisi yang memfasilitasi pengguna mampu memotivasi dan mendorong pengguna LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi untuk menggunakan aplikasi tersebut. Dalam hal ini aplikasi LinkAja Syariah telah mampu memberikan infrastruktur sistem yang lengkap bagi penggunanya. Fitur – fitur yang disediakan oleh LinkAja Syariah dapat membantu penggunanya untuk menyelesaikan kebutuhannya. Hasil ini sejalan dengan penelitian ini yaitu dilakukan oleh Khadijah & Putri (2020) yang menunjukkan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment*.

4.2.4 Pengaruh *e-trust* terhadap penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *e-trust* yaitu $0,001 < 0,05$, dan nilai t hitung sebesar $3,283 > 1,985$ artinya H_1 diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *e-trust* berpengaruh positif

dan signifikan terhadap penggunaan *digital payment*. Artinya semakin tinggi *e-trust* maka akan meningkatkan penggunaan *digital payment* LinkAja Syariah.

Peneliti menyimpulkan bahwa *e-trust* berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment* disebabkan pengguna LinkAja Syariah di Kabupaten Ngawi yang percaya terhadap LinkAja Syariah dalam memenuhi janjinya dan telah sesuai dengan harapan . Berdasarkan hasil penelitian bahwa kepercayaan akan reputasi dari LinkAja Syariah dalam melakukan kegiatan bisnisnya mampu membuat konsumen merasa puas ketika bertransaksi secara *online* pada aplikasi LinkAja Syariah. Respon positif paling tinggi diberikan responden dalam aspek respon yang cepat atas keluhan yang disampaikan dikarenakan LinkAja Syariah menyadari dalam bertransaksi *online* sering terjadi kesalahan atau ketidaksesuaian informasi dalam setiap transaksinya. Oleh karena itu LinkAja Syariah menyediakan layanan *customer service* untuk memberikan respon atas pertanyaan bahkan keluhan yang disampaikan oleh *customer*. Selain itu, reputasi vendor harus terus dijaga dan dipertahankan agar kepercayaan pengguna terhadap aplikasi LinkAja Syariah dapat terus terjalin. Hasil ini sejalan dengan penelitian ini yaitu dilakukan oleh (Hidayah, 2020) yang menunjukkan bahwa *e-trust* berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment*.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap penggunaan digital payment pada pengguna muslim di Kabupaten Ngawi.
2. *Effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap penggunaan digital payment pada pengguna muslim di Kabupaten Ngawi.
3. *Social influence* tidak berpengaruh terhadap penggunaan digital payment pada pengguna muslim di Kabupaten Ngawi.
4. *Facilitating conditions* berpengaruh terhadap penggunaan digital payment pada pengguna muslim di Kabupaten Ngawi.
5. *E-trust* berpengaruh terhadap penggunaan digital payment pada pengguna muslim di Kabupaten Ngawi.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan masalah yaitu :

1. Adanya variabel yang terbatas, sehingga memungkinkan terdapat variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini yang dapat memberikan pengaruh dalam penggunaan *digital payment*.
2. Penelitian menggunakan metode kuesioner melalui *google formulir*, sehingga peneliti tidak dapat mengantisipasi jawaban yang diberikan oleh responden.

5.3. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu :

1. Peneliti menyarankan kepada peniliti selanjutnya yang mengambil tema yang sama agar menggunakan penelitian ini dengan menggunakan variabel yang berbeda.
2. Penelitian yang selanjutnya menggunakan tempat yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Achiriani, M. P. A. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost Terhadap Behavioral Intention Pada Pengguna Dompot Digital Dana Di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 376–388.

Anam, C. (2019). E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'Ah. *Qawānin: Journal of Economic Syaria Law*, 2(1), 95–112. <https://doi.org/10.30762/q.v2i1.1049>

Andriyaningtyas, I., Adam, M., & Herianingrum, S. (2022). Penerimaan E-Wallet Syariah Linkaja Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Digital Di Indonesia. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(4). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.4772>

Anjani, W., & Mukhlis, I. (2022). Penerapan Model UTAUT (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 21(1), 1. <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30570>

Anugrah, M. dwi, & Ompusunggu, H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Penggunaan E-Money Melalui Aplikasi Pembayaran Berbasis Digital Menggunakan Model Utaut. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 47–56. <https://doi.org/10.31849/jieb.v18i1.5465>

Arrias, J. C., Alvarado, D., & Calderón, M. (2019). Analisis Efektivitas Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya. *Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung*, 5–10.

Astuti, S. P. (2017). *Modul Praktikum Statistika Edisi 2017*. Sukoharjo: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.

Bella, F. I., & Efendi, N. F. (2021). Strengthening the Islamic Digital Payment System Through Sharia Electronic Wallet (E-Wallet). *El Dinar*, 9(2), 94–107. <https://doi.org/10.18860/ed.v9i2.11451>

Besar, D. I. K., & Sumatera, P. (2019). Smart City , Konsep Kota Cerdas Sebagai Alternatif Penyelesaian Masalah Perkotaan Kabupaten / Kota ,. *Universitas Islam Sumatera Utara*, 14(2), 127–135.

Damayanti, S. L., Yani, Y., Asnaini, A., & Afrianty, N. (2021). Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial dengan Pendekatan UTAUT (Unified Theory of Acceptance Use of Technology). *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 63. <https://doi.org/10.29300/ba.v6i1.3988>

Dini, A., Irwan, M., & Nasution, P. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Bagi

Masyarakat Menengah Ke Bawah. *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 1–7. <https://katadata.co.id/berita/2019/09/23/bi-catat->

Firdha, S., Putri, A., Marlana, N., Ekonomika, F., & Negeri, U. (2021). Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap kepuasan konsumen The effect of e-service quality and e-trust on shopeepay user consumer satisfaction. *Journal FEB Universitas Negeri Surabaya*, 23(3), 463–474.

Fitriana, I., Sugiono, A., & Adistyia, D. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap (Survei pada Mahasiswa Pengguna OVO di FISIP Universitas Lampung). *Bisnis, Jurnal Kompetitif*, 1(4), 172–178.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: UNDIP.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Handayani, T., & Sudiana. (2015). Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) (Studi Kasus : Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta). *Jurnal Angkasa*, VII(2), 165–180.

Handayani, T., & Sudiana, S. (2017). Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta). *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, 7(2), 165. <https://doi.org/10.28989/angkasa.v7i2.159>

Hidayah, R. T. (2020). The Effect Of E-Trust And Marketing Public Relation On Consumer E-Loyalty Of Lazada. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 2(2), 56–68. <https://doi.org/10.20473/jiet.v2i2.5932>

Houston, D. D. (2020). Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial. *Medium*, 7(2), 55–67. [https://doi.org/10.25299/medium.2019.vol7\(2\).4094](https://doi.org/10.25299/medium.2019.vol7(2).4094)

Jamin. (2022). Analisis akad dalam layanan linkaja syariah. *Jurnal As Syar'e Jurnal Syari'ah & Hukum*, Vol.1(1), 30–50.

Jelita, N. P. (2020). Muslim , Efisiensi Dan Keamanan Bertransaksi Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus Pada Milenial Muslim Kota Malang Pengguna Aplikasi OVO). *Jurnal Ilmiah*.

Khadijah, K., & Putri, I. S. (2020). Analisis Penerapan Model Utaut Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan Dan Penggunaan Internet Banking. *ProBank*, 4(2), 230–232. <https://doi.org/10.36587/probank.v4i2.512>

Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh E-Satisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay. *YUME* :

Journal of Management, 4(1), 138–149. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.445>

Misbach, I. (2020). *Ekonomi Syariah*.

Nur Diana. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money di Indonesia. In *UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA*.

Nurjannah, N., Misbach, I., & Muin, R. (2021). The Masalah of Muslim Consumer Behavior in Using E-Wallet in Makassar City. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 7(1), 1–18. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v7i1.3331>

Pangestu, M. G., & Pasaribu, J. P. K. (2022). Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)(Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi). *Jurnal MANAGE*, 1(1), 29–37. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage/article/view/23%0Ahttps://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage/article/download/23/18>

Putri, R. A., & Jumhur, H. M. (2019). Peminat Aplikasi Blibli.Com Dengan Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(1), 16–23.

Rahmawati, R. E., & Maika, M. R. (2021). Penerapan Model UTAUT terkait akseptasi mahasiswa terhadap Cashless Payment di masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(1), 1–14. <https://doi.org/10.21067/jem.v17i1.5228>

Santoso, W. P., & Zulhijjah, S. (2022). Penerapan Sistem Digital Payment di Era Pandemi. *Jurnal Ilmu Siber*, 1(5), 219–221.

Sativa, A., Rahayu, S., & Astuti, T. (2016). Analisis Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce C2C Tokopedia). *Diponegoro Journal Of Management*, 5, 1–10.

Septia Pratiwi, D., & Kadek Dwi Nuryana, I. (2021). Analisis Tingkat Penerimaan dan Kepercayaan Pengguna Teknologi Terhadap Penggunaan Dompot Digital DANA. *Jeisbi*, 02(04), 2021.

Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. Seminar Nasional Pendidikan. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9. <https://core.ac.uk/download/pdf/87779963.pdf>

Suardikha, N. K. R. D. P. dan I. M. S. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(2), 540–555.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung: PT Alfabet.

Suhendery, W. (2021). *Minat penggunaan e-wallet dana di kota pontianak*. 7(Mei), 46–56.

Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>

Tusyanah, T., Wahyudin, A., & Khafid, M. (2021). Analyzing Factors Affecting the Behavioral Intention to Use e-Wallet with the UTAUT Model with Experience as Moderating Variable. *Journal of Economic Education*, 10(2), 113–123. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>

Umar, H. (2009). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* . Jakarta: Rajawali Persada.

Umiyati, I., Putri, T. E., & Maya, N. (2021). Social Influence , Usability And Security On The Intensity of DANA e-Wallet Use. *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*, 03, 113–130.

Venkatesh, V. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View . *MIS Quarterly Vol.27 No.3*, 425-475.

Wahid, M. G. (2020). Konsep Keseimbangan Perilaku Konsumsi dalam Islam (Potret Realitas Konsumen Masa ... *Al - Wathan : Jurnal Ilmu Syariah*, 1(1), 90–111.

Wilfan, A. F., & Martini, E. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Linkaja Berdasarkan Model Teori Utaut2 (unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology2). *EProceedings ...*, 8(6), 7729–7741. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16895%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16895/16612>

<https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4> diakses pada 24 Oktober pukul 6.56

<https://giznologi.id/news/fintech/linkaja-syariah-uang-elektronik> diakses pada 24 Oktober pukul 9.15

<https://suara.ngawikab.go.id/2022/06/21/diskominfo-statistik-dan-persandian-ngawi-gelar-bimtek-penyusunan-masterplan-kota-cerdas-smart-city-dan-quick-win/> diakses pada 24 Oktober

Lampiran 2

Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Penerapan Metode Unified Theory of Acceptance And Use of Technology (UTAUT) Terhadap Penggunaan Digital Payment LinkAja Syariah (Studi Pada Pengguna Muslim Di Kabupaten Ngawi)

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya **Lutvia Karisma Putri**, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta Program Studi Perbankan Syariah yang tengah melakukan penelitian guna penyusunan skripsi berjudul **“Penerapan Metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Terhadap Penggunaan Digital Payment LinkAja Syariah (Studi Kasus Pada Pengguna Muslim di Kabupaten Ngawi)”** sebagai pemenuhan tugas akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Saya mohon kepada Anda untuk meluangkan waktu sejenak guna menjawab atau mengisi kuesioner. Adapun kriteria responden yang bisa mengisi kuesioner ini terdiri dari:

1. Pengguna LinkAja Syariah yang pernah melakukan transaksi
2. Seorang Muslim
3. Berdomisili di Kabupaten Ngawi
4. Berusia 18-55 tahun

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
P. E						
1.	Penggunaan aplikasi LinkAja Syariah mampu meningkatkan produktivitas pekerjaan					
2.	Penggunaan aplikasi LinkAja Syariah berdampak terhadap peningkatan pendapatan dan prestasi kerja					
3.	Saya menjadi lebih bisa mengembangkan kemampuan kerja saat menggunakan aplikasi LinkAja Syariah.					
4.	Saya dapat menghemat waktu ketika bertransaksi menggunakan LinkAja Syariah.					
5	Penggunaan LinkAja Syariah dapat menambah kesempatan dalam meraih hal-hal penting untuk saya.					
E. E						
1.	Menurut Saya aplikasi LinkAja Syariah mempercepat proses transaksi					
2.	Menurut Saya aplikasi LinkAja Syariah bisa mengurangi usaha yang dikeluarkan dalam menyelesaikan pekerjaan					
3.	Pengguna baru membutuhkan waktu untuk mempelajari aplikasi LinkAja Syariah					
4.	Saya perlu mempelajari fitur-fitur aplikasi LinkAja Syariah agar bisa bertransaksi					
S. I						
1.	Orang - orang di lingkungan sekitar mempengaruhi saya untuk menggunakan aplikasi LinkAja Syariah.					
2.	Orang terdekat saya (keluarga, sahabat, pasangan) menyarankan untuk menggunakan aplikasi LinkAja Syariah.					
3.	Saya mendapatkan motivasi					

	untuk menggunakan aplikasi LinkAja Syariah karena orang – orang terdekat saya.					
4.	Orang – orang disekitar saya yang menggunakan aplikasi LinkAjaSyariah terlihat lebih <i>Trendy</i> (mengikuti tren).					
5.	Menggunakan aplikasi LinkAja Syariah membuat Saya lebih percaya diri dalam bertransaksi					
6.	Menggunakan aplikasi LinkAja Syariah membuat Saya merasa menjadi lebih maju dibandingkan yang lain.					
F. C						
1.	Saya cukup memiliki pengetahuan yang untuk menggunakan aplikasi LinkAja Syariah					
2.	Menurut Saya pengoperasian aplikasi LinkAja Syariah dalam smartphone mudah dilakukan.					
3.	Aplikasi LinkAja Syariah sesuai dan terkoneksi dengan layanan lain yang Saya gunakan.					
E-T						
1.	Saya percaya bahwa aplikasi LinkAja Syariah dikelola oleh pengembang aplikasi yang baik dan terpercaya.					
2.	Aplikasi LinkAja Syariah sesuai dengan kebutuhan dan harapan.					
3.	Saya percaya aplikasi LinkAja Syariah akan jujur dalam melakukan transaksi dengan penggunanya.					
PDP						
1.	Saya menggunakan aplikasi LinkAja sebagai alat pembayaran digital karena ada fitur layanan syariahnya (LinkAja Syariah).					
2.	Saya merasa penggunaan aplikasi LinkAja sebagai alat					

	pembayaran digital tidak melanggar ajaran Islam.					
3.	Saya merasa aplikasi LinkAja memiliki aspek manfaat untuk mempermudah konsumen Muslim dalam kegiatan transaksi.					
4.	Saya menggunakan aplikasi LinkAja/LinkAja Syariah untuk melakukan transaksi online dikarenakan tertarik dengan promo dan cashback yang telah disesuaikan dengan prinsip syariah.					
5.	Saya menggunakan aplikasi LinkAja / LinkAja Syariah karena lebih sesuai dengan prinsip uang elektronik syariah.					
6.	Saya menggunakan aplikasi LinkAja sebagai alat pembayaran digital karena yakin tidak mengandung riba.					

Lampiran 3

Hasil Uji

Hasil Uji Validitas*1. Performance Expectancy***Correlations**

		X1.PE01	X1.PE02	X1.PE03	X1.PE04	X1.PE05	TOTAL
X1.PE01	Pearson Correlation	1	,560**	,476**	,525**	,532**	,787**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.PE02	Pearson Correlation	,560**	1	,629**	,295**	,483**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,003	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.PE03	Pearson Correlation	,476**	,629**	1	,461**	,561**	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.PE04	Pearson Correlation	,525**	,295**	,461**	1	,514**	,712**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.PE05	Pearson Correlation	,532**	,483**	,561**	,514**	1	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,787**	,771**	,810**	,712**	,800**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

2. Effort Expectancy

		X2.EE01	X2.EE02	X2.EE03	X2.EE04	TOTAL
X2.EE01	Pearson Correlation	1	,638**	,303**	,279**	,680**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,005	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.EE02	Pearson Correlation	,638**	1	,255*	,257**	,657**
	Sig. (2-tailed)	,000		,011	,010	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.EE03	Pearson Correlation	,303**	,255*	1	,825**	,840**
	Sig. (2-tailed)	,002	,011		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.EE04	Pearson Correlation	,279**	,257**	,825**	1	,828**
	Sig. (2-tailed)	,005	,010	,000		,000
	N	100	100	100	100	100

TOTAL	Pearson Correlation	,680**	,657**	,840**	,828**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

3. Social Influence

	X3.SI01	X3.SI02	X3.SI03	X3.SI04	X3.SI05	X3.SI06	TOTAL	
X3.SI01	Pearson Correlation	1	,726**	,692**	,676**	,534**	,525**	,848**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.SI02	Pearson Correlation	,726**	1	,782**	,696**	,527**	,546**	,873**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.SI03	Pearson Correlation	,692**	,782**	1	,657**	,597**	,528**	,866**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.SI04	Pearson Correlation	,676**	,696**	,657**	1	,506**	,527**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.SI05	Pearson Correlation	,534**	,527**	,597**	,506**	1	,708**	,766**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.SI06	Pearson Correlation	,525**	,546**	,528**	,527**	,708**	1	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,848**	,873**	,866**	,830**	,766**	,760**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

b. Facilitating conditions

	X4.FC01	X4.FC02	X4.FC03	TOTAL	
X4.FC01	Pearson Correlation	1	,553**	,641**	,854**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X4.FC02	Pearson Correlation	,553**	1	,604**	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X4.FC03	Pearson Correlation	,641**	,604**	1	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,854**	,843**	,871**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

c. *E-trust*

		X5.E01	X5.E02	X5.E03	TOTAL
X5.E01	Pearson Correlation	1	,623**	,708**	,869**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X5.E02	Pearson Correlation	,623**	1	,705**	,886**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X5.E03	Pearson Correlation	,708**	,705**	1	,904**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,869**	,886**	,904**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

d. Pengguna *Digital Payment*

		Y.PDP01	Y.PDP02	Y.PDP03	Y.PDP04	Y.PDP05	Y.PDP06	TOTAL
Y.PDP01	Pearson Correlation	1	,533**	,667**	,736**	,681**	,494**	,835**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.PDP02	Pearson Correlation	,533**	1	,661**	,584**	,622**	,409**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.PDP03	Pearson Correlation	,667**	,661**	1	,679**	,653**	,461**	,828**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.PDP04	Pearson Correlation	,736**	,584**	,679**	1	,688**	,566**	,864**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.PDP05	Pearson Correlation	,681**	,622**	,653**	,688**	1	,626**	,869**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.PDP06	Pearson Correlation	,494**	,409**	,461**	,566**	,626**	1	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,835**	,778**	,828**	,864**	,869**	,736**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Hasil Uji Reabilitas

1. *Performance Expectancy*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,835	5

Sumber : Data Primer Diolah 2022

2. *Effort Expectancy*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.749	4

Sumber : Data Primer Diolah 2022

3. *Social Influence*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.906	6

Sumber : Data Primer Diolah 2022

4. *Facilitating Conditions*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.817	3

Sumber : Data Primer Diolah 2022

5. *E-trust*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.861	3

Sumber : Data Primer Diolah 2022

6. *Pengguna Digital Payment*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.897	6

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Hasil Uji Ketepatan Model

1. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	542.745	5	108.549	30.896	.000 ^b
	Residual	330.255	94	3.513		
	Total	873.000	99			

Sumber : Data Primer Diolah 2022

2. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.622	.602	1.87439

Sumber : Data Primer Diolah 2022

3. Hasil Analisis linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.275	1.837		1.783	.078		
X1	.132	.113	.113	1.164	.247	.427	2.343
X2	.184	.112	.137	1.636	.105	.577	1.732
X3	.103	.066	.138	1.571	.120	.520	1.923
X4	.504	.178	.262	2.833	.006	.470	2.130
X5	.574	.175	.314	3.283	.001	.441	2.269

Sumber : Data Primer Diolah 2022

4. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.275	1.837		1.783	.078		
X1	.132	.113	.113	1.164	.247	.427	2.343
X2	.184	.112	.137	1.636	.105	.577	1.732
X3	.103	.066	.138	1.571	.120	.520	1.923
X4	.504	.178	.262	2.833	.006	.470	2.130
X5	.574	.175	.314	3.283	.001	.441	2.269

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Lampiran 4

Pengecekan Plagiasi

ORIGINALITY REPORT			
30%	31%	16%	22%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	10%	
2	core.ac.uk Internet Source	5%	
3	repository.stie-aub.ac.id Internet Source	4%	
4	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	2%	
5	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	1%	
6	repository.ub.ac.id Internet Source	1%	
7	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%	
8	Submitted to Binus University International Student Paper	1%	
9	eprints.unsri.ac.id Internet Source	1%	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

1. Nama : Lutvia Karisma Putri
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat Tanggal Lahir : Ngawi, 23 November 2000
4. Agama : Islam
5. Alamat : Blego rt.08/rw.06, Paron, Ngawi
6. Email : lutviakarisma@gmail.com

B. PENDIDIKAN

1. 2005 – 2006 : TK Dharma Wanita Gelung 2
2. 2006 – 2012 : SDN Ngale 4
3. 2012 – 2015 : MTsN 5 Ngawi
4. 2015 – 2018 : MAN 1 Ngawi
5. 2018 – 2022 : Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta