

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN,
RISIKO DAN NORMA SUBJEKTIF TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN *E-WALLET* LINKAJA SYARIAH
(Studi pada Transaksi Makanan Halal di Solo Raya)**

SKRIPSI

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



Oleh :

EKA RISMA KUSUMAWARDANI

NIM. 19.52.31.011

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2023**

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN,
RISIKO DAN NORMA SUBJEKTF TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN *E-WALLET* LINKAJA SYARIAH
(Studi pada Transaksi Makanan Halal di Solo Raya)**

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

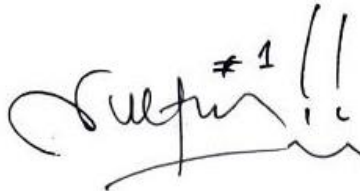
Oleh :

EKA RISMA KUSUMAWARDANI
NIM. 19.52.3.1.011

Sukoharjo, 13 Februari 2023

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 : Eka Risma Kusumawardani
NIM : 195231011
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Meyatakan bahwa skripsi berjudul “ **Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Risiko dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet LinkAja Syariah (Studi pada Transaksi Makanan Halal di Solo Raya)**”. Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti / dilakukan 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.

Sukoharjo, 20 Februari 2023



Eka Risma Kusumawardani

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eka Risma Kusumawardani
NIM : 195231011
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Meyatakan bahwa skripsi berjudul "**Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Risiko dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet LinkAja Syariah (Studi pada Transaksi Makanan Halal di Solo Raya)**".

Demikian ini saya bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data dari pengguna *e-wallet* LinkAja Syariah. Apabila dikemudian hari 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.

Sukoharjo, 13 Februari 2023



Eka Risma Kusumawardani

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 : Eka Risma Kusumawardani

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

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Eka Risma Kusumawardani NIM: 195231011 yang berjudul:

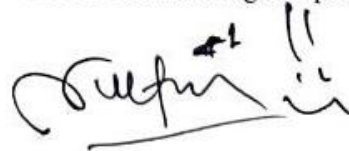
“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Risiko dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* LinkAja Syariah (Studi pada Transaksi Makanan Halal di Solo Raya)”.

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.

Sukoharjo, 13 Februari 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



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

PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN,
RISIKO DAN NORMA SUBJEKTF TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN E-WALLET LINKAJA SYARIAH
(Studi pada Transaksi Makanan Halal di Solo Raya)**

Oleh :

EKA RISMA KUSUMAWARDANI
NIM. 19.52.31.011

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Rabu tanggal 01 Maret 2023 M/ 08 Sya'ban 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Rahmawati Khoiriyah, M.E.
NIP. 19921127 202012 2 022



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



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



Mengetahui,

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




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

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.A Al-Insyirah:6)

“Allah tida membebani orang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al-Baqarah:286)

“barang siapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga”

(H.R Muslim)

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan dengan kerendahan hati dan segenap cinta serta doa

Skripsi yang sederhana ini untuk:

Ibu dan Ayah tercinta,

Adikku tersayang selalu aku banggakan,

Dan semua yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang yang tulus pada
proses penyelesaian karya ilmiah ini.

Terimakasih

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Risiko dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* LinkAja Syariah (Studi pada Transaksi Makanan Halal di Solo Raya". Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Raden Mas Said Surakarta.

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

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

7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Ibu Titik Zumaroh dan Bapak Suwahib, terimakasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
9. Sahabat-sahabatku dan teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 14 Februari 2023

Penulis

ABSTRACT

This study aims to find out that perceptions of benefits, convenience, risk beliefs and subjective norms can influence the decision to use LinkAja Syariah and to find out how they influence it simultaneously.

The sampling technique used in this study was purposive sampling with a non probability sampling method. The number of respondents in this study were 100 respondents with the criteria of having transacted halal food in Solo Raya using LinkAja Syariah at least once. Data analysis techniques in this study include validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, R2 determination test, f test, t test and multiple linear regression analysis using the SPSS program.

The results of this study indicate that perceived benefits and convenience have a significant and significant effect on the decision to use the Link aja Syariah e-wallet in halal food transactions. Meanwhile, trust, risk and subjective norms have no effect and are not significant on the decision to use the LinkAja Syariah e-wallet in halal food transactions. In the F test, perceptions of benefits, convenience, trust, risk and subjective norms have a simultaneous and significant effect on the decision to use the LinkAja e-wallet Sharia on halal food transactions.

Keywords: *Perceived Benefit, Convenience, Trust, Risk, Subjective Norm, Decusion to Use*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan risiko dan norma subjektif dapat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah dan untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya secara simultan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan metode *non probability sampling*. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 100 responden dengan kriteria pernah bertransaksi pada makanan halal di Solo Raya menggunakan LinkAja Syariah minimal 1 kali. Teknik analisis data pada penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji determinasi R^2 , uji f, uji t dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Link aja Syariah pada transaksi makanan halal. Sedangkan kepercayaan, risiko dan norma subjektif tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah pada transaksi makanan halal. Pada uji F persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, risiko dan norma subjektif berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah pada transaksi makanan halal.

Kata kunci: Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Risiko, Norma Subjektif, Keputusan Penggunaan

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	ii
NOTA DINAS.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
PENGESAHAN	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRACT	xi
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Keputusan Penggunaan	13
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	16
2.1.3 Persepsi Manfaat	17
2.1.4 Persepsi Kemudahan	18

2.1.5	Persepsi Kepercayaan.....	19
2.1.6	Persepsi Risiko	20
2.1.7	Norma Subjektif	21
2.1.8	Penelitian yang Relevan	23
2.1.9	Kerangka Berpikir.....	26
2.1.10	Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.2	Jenis Penelitian	31
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
3.3.1	Populasi.....	31
3.3.2	Sampel.....	32
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.5	Data dan Sumber Data.....	33
3.5.1	Data Primer	33
3.5.2	Data Sekunder	33
3.6	Teknik Pengumpulan Data	34
3.6.1.	Kuesioner	34
3.7	Variabel Penelitian	34
3.8	Definisi Operasional.....	35
3.9	Teknik Analisis Data	37
3.9.1.	Instrumen Penelitian.....	37
1.	Uji Validitas	38
2.	Uji Reliabilitas	38
3.9.2.	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.9.3.	Uji Ketepatan Model	40
3.9.4.	Uji Hipotesis	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		44

4.1	Gambaran Umum Penelitian	44
4.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	44
4.1.2	Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.1.3	Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.1.4	Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.1.5	Presentase Responden Berdasarkan Penghasilan.....	47
4.1.6	Presentase Responden Berdasarkan Banyak Transaksi	48
4.2	Pengujian dan Hasil Analisis Data	49
4.2.1	Hasil Uji Instrumen Penelitian	49
4.2.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	51
4.2.3	Hasil Uji Ketepatan Model.....	55
4.2.4	Hasil Uji Hipotesis	56
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
4.3.1	Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i> LinkAja Syariah.....	61
4.3.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i> LinkAja Syariah	64
4.3.3	Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i> LinkAja Syariah	67
4.3.4	Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i> LinkAja Syariah.....	70
4.3.5	Pengaruh Persepsi Norma Subjektif Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i> LinkAja Syariah.....	72
4.3.6	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Risiko dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i> LinkAja Syariah ..	75
BAB V	PENUTUP	76
5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN.....		84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	43
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Penghasilan.....	46
Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Banyak Transaksi.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Glejser</i>	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	55
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	55
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	56
Tabel 4.15 Hasil Regresi Linier Berganda.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka TAM.....	16
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 4.1 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	64
Gambar 4.2 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	64
Gambar 4.3 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	64
Gambar 4.4 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	66
Gambar 4.5 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	67
Gambar 4.6 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	67
Gambar 4.7 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	69
Gambar 4.8 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	69
Gambar 4. 9 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	70
Gambar 4.10 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	71
Gambar 4.11 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	72
Gambar 4.12 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	72
Gambar 4.13 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	74
Gambar 4.14 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	74
Gambar 4.15 Hasil Kuesioner Pernyataan Responden.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian.....	85
Lampiran 2 Kuesioner.....	86
Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian	92
Lampiran 4 Pengolahan Data.....	104
Lampiran 5 R Tabel, F Tabel, T Tabel.....	112
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	115
Lampiran 7 Plagiasi.....	116

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju khususnya internet mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan internet telah memberikan dampak positif bagi manusia, dengan bantuan internet manusia dapat dengan mudah berkomunikasi satu sama lain tanpa harus bertatap muka, informasi dapat dengan mudah ditemukan dan juga telah membuat memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi secara *online* dan *offline*. Banyaknya kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna internet menyebabkan jumlah pengguna internet yang terus meningkat, termasuk di Indonesia yang setiap tahunnya pasti meningkat (Humaidi et al., 2022). Bahkan kegiatan transaksi berbagai lembaga organisasi mengandalkan internet dan dalam sistem pembayaran online yang sedang populer saat ini melalui aplikasi *e-wallet*, konsumen tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar untuk kegiatan transaksi, tetapi hanya perlu menggunakan transfer uang atau pindai kode QR (*Quick Response*) di berbagai toko yang bermitra dengan penyedia layanan *e-wallet*.

Mekanisme pembayaran alternatif yang dikenal dengan *e-wallet* menggunakan media berbasis internet dan merupakan salah satu jenis *financial technology (fintech)*. *E-wallet* hadir untuk memberikan kemudahan yang lebih besar dengan teknologi terbaru yang tersedia untuk semua orang, termasuk masyarakat muslim. Indonesia

memiliki populasi Muslim terbesar di dunia, hal ini dinyatakan oleh Badan Pusat Statistik. Indonesia memiliki populasi 237,6 juta dimana 207 jiwa adalah umat Muslim terhitung sekitar 87%. Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia, dan industri halal memiliki potensi pasar yang sangat besar.

Dalam pengembangan industri halal di Indonesia tentu sertifikasi menjadi pilar penting membangun ekosistem halal Indonesia. Namun, umat muslim di Indonesia masih kesulitan dalam mengetahui makanan atau minuman halal atau tidak karena banyaknya pelaku usaha yang belum memiliki label halal pada produk yang didagangkan. Oleh karena itu, Kementerian Agama mengembangkan regulasi tentang sertifikasi halal, persyaratan ini berlaku untuk barang yang terkait dengan makanan dan minuman serta jasa. Prosesnya akan berlangsung dari 17 Oktober 2019 sampai 17 Oktober 2024. Apabila pelaku usaha telah mendapatkan keabsahan nilai halal pada produknya maka dapat memberikan kepercayaan konsumen muslim bahwa produk tersebut halal sesuai syariat Islam.

Dalam melakukan aktivitas transaksi makanan halal tentu mereka membutuhkan adanya *e-wallet* dapat mempermudah transaksi dalam pembelian kebutuhan sehari-hari yang diperlukan masyarakat muslim. Namun, masyarakat muslim memerlukan adanya transaksi yang terbebas dari riba, gharar, maysir dll. Oleh karena itu diperlukannya *e-wallet* yang sesuai syariah adalah yang tidak melanggar prinsip syariah yaitu riba gharar dan maysir.

Indonesia memiliki banyak potensi untuk mengembangkan industri halal, termasuk di bidang pengembangan *financial technology* berbasis syariah. Oleh karena

itu, LinkAja meluncurkan Layanan LinkAja Syariah sebagai *e-wallet* syariah pertama di Indonesia, yang memiliki sejumlah kemampuan pembayaran yang sesuai dengan hukum Syariah. Layanan ini juga telah mendapat izin sertifikasi Kesesuaian Syariah dari DSN-MUI setelah terbitnya Fatwa DSN MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 terkait dengan uang elektronik syariah.

Beberapa konsep dasar dalam penerapannya menunjukkan bahwa LinkAja Syariah telah berpegang pada beberapa peraturan dan norma yang sesuai dengan syariah. Prinsip tersebut antara lain bekerja sama dengan berbagai bank syariah untuk menempatkan dana, menggunakan protokol transaksi syariah, dan diterima oleh seluruh merchant LinkAja Syariah. Tiga kategori utama barang jasa syariah yang diprioritaskan oleh e-wallet ini sebagai keuangan digital adalah ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf), ekonomi berbasis masjid, pemberdayaan dan digitalisasi pesantren, dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Usaha Kecil (UMKM). Jika metode transaksi LinkAja Syariah cacat, ada juga mekanisme *refund*.

LinkAja Syariah mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun dilihat dari pertumbuhan transaksi melalui layanan LinkAja Syariah sepanjang tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 332 persen lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya dan per Maret 2022 telah meningkat 150 persen. Sementara itu, dari sisi pengguna LinkAja Syariah per Agustus 2022 telah mencapai 7,5 juta pengguna terdaftar. Namun, dengan jika dilihat dari populasi umat Muslim di Indonesia mencapai 207 jiwa atau sekitar 87 persen pengguna LinkAja Syariah masih kurang. Oleh sebab

itu, perludikaji mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan LinkAja Syariah (Rizaldi et al., 2021).

Menurut Davis (1989), terdapat sebuah teori yang penting dalam memprediksi penerimaan seseorang terhadap teknologi informasi dalam kaitannya dengan penggunaannya, yaitu teori Technology Acceptance Model (TAM). Teori TAM adalah model sistem informasi perilaku yang berusaha menjelaskan bagaimana pengguna teknologi memutuskan untuk menerima dan menggunakan teknologi itu.

Menurut Teori TAM, kecenderungan konsumen untuk menerima penggunaan dan manfaat teknologi di tempat kerja sebagian besar ditentukan oleh persepsi mereka tentang manfaat dan kemudahan. Manfaat yang dirasakan berkembang menjadi sebuah konsep ketika seseorang berpikir bahwa menggunakan teknologi akan membantu mereka bekerja lebih baik (Ulansari & Yudiantara, 2021).

Tyas & Darma (2017) mendefinisikan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) tindakan individu yang mempercayai bahwa dengan menggunakan suatu sistem pasti akan membantu meningkatkan kinerja individu. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariningsih et al. (2022) bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Namun dalam penelitian Ernawati & Noersanti (2020) menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh.

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) bentuk dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem informasi itu mudah dan tidak memerlukan kerja keras. Hal ini didukung dengan temuan studi Humaidi et al. (2022) yang menunjukkan

dimana terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Namun bertentangan dengan studi yang dilakukan oleh Syaefullah (2014) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif.

Persepsi kepercayaan (*perceived trust*) kepercayaan sebagai faktor utama dalam sistem pembayaran seluler dan sangat berpengaruh dalam menjaga hubungan pelanggan, karena sistem pembayaran seluler memiliki interaksi langsung yang lebih sedikit. Hal ini sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Iisnawati et al. (2021) menyebutkan bahwa kepercayaan sangat berhubungan dan mempengaruhi keputusan menggunakan *e-wallet*. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tumewu, 2022) yang menunjukkan bahwa *perceived trust* tidak berpengaruh signifikan.

Persepsi risiko (*perceived risk*) dirasakan yang dirasakan oleh pelanggan mengacu pada kurangnya ketidakpastian dan kemungkinan konsekuensi negatif bagi pelanggan dalam melakukan Hal ini sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Meliana (2021) dimana dalam studi tersebut terdapat pengaruh positif antara persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan.. tidak sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Tumewu (2022) yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi risiko terhadap penggunaan.

Menurut Saeroji et al. (2015) norma subjektif (*subjective norm*) terbentuk sebagai hasil dari keyakinan normatif dan motivasi sumber kepercayaan konsumen. Dalam penelitian Ulansari & Yudiantara (2021) menyebutkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat menggunakan sistem transaksi pembayaran

elektronik. Namun penelitian tersebut berlawanan arah dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2018) menjelaskan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *paytren*.

Selain itu penelitian ini mereplikasi dari penelitian Ulansari & Yudiantara (2021) dan penelitian Syaefullah (2014). Yolanda & Widijoko, (2014) meneliti tentang *perceived benefits, perceived convenience, perceived trust, and subjective norms* terhadap minat menggunakan sistem informasi pembayaran elektronik (*e-payment*). Syaefullah (2014) meneliti tentang pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Kedua penelitian tersebut fokus meneliti minat penggunaan *e-payment* dan *internet banking* sedangkan penelitian ini berfokus kepada keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ulansari & Yudiantara (2021), peneliti mengambil beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah untuk diteliti yaitu variabel persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi kepercayaan. Sedangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan Syaefullah (2014) , peneliti mengambil dua variabel yaitu persepsi manfaat dan norma subjektif. Model untuk penelitian ini didasarkan pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM) sama dengan kedua penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada objek yang digunakan. Responden yang digunakan dalam penelitian terdahulu berfokus di jenjang Universitas sedangkan penelitian ini tertuju pada masyarakat Solo Raya.

Jumlah penduduk Solo Raya diperkirakan mencapai 578,49 ribu pada Juni 2021 berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri). Dari jumlah tersebut, 456,74 ribu orang atau 78,95% penduduk Solo Raya memeluk Islam. Berdasarkan banyaknya umat muslim yang ada di Solo Raya menjadi alasan peneliti untuk memilih lokasi penelitian. Diketahui bahwa beberapa tahun terakhir pembayaran non tunai telah menjadi *trend* dikalangan masyarakat salah satunya Solo Raya. Hal ini juga didukung oleh Kepala Perwakilan Bank Indonesia yang mendukung perluasan penerapan transaksi non tunai di wilayah Solo Raya.

Selain itu alasan lain peneliti mengambil objek pada Solo Raya karena berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurohman et al. (2022) ditemukan bahwa masyarakat Solo Raya bertansaksi menggunakan *e-money* untuk pembelian makanan halal. Pada penelitian kali ini peneliti mengkaji ulang namun menggunakan objek *e-wallet* LinkAja Syariah pada masyarakat Solo Raya. Berdasarkan perbedaan dari beberapa hasil penelitian yang dikemukakan diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian kembali tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan norma subjektif pada *e-wallet* khususnya LinkAja Syariah pada masyarakat Solo Raya.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang masalah, maka terdapat identifikasi masalah-masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu :

1. Fenomena pertumbuhan pengguna LinkAja Syariah dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan transaksi melalui layanan LinkAja Syariah sepanjang tahun 2021 meningkat 332 persen lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya dan per Maret 2022 telah meningkat 150 persen. Sementara itu, dari sisi pengguna LinkAja Syariah per Agustus 2022 telah mencapai 7,5 juta pengguna terdaftar. Namun, dibandingkan jumlah populasi masyarakat muslim yang ada di Indonesia jumlah pengguna LinkAja Syariah masih kurang, dengan banyaknya jumlah penduduk Indonesia mencapai 237,6 juta jiwa dengan populasi umat Muslim mencapai 207 jiwa atau sekitar 87 persen.
2. Terdapat ketidakstabilan hasil pada penelitian terdahulu.

1.3 Batasan Masalah

Untuk melakukan penulisan yang terarah dan tidak menyimpang maka penulis membatasi terhadap masalah yang akan dibahas yaitu :

1. Penelitian ini hanya untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan norma subjektif terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah dalam melakukan transaksi pembelian makanan halal.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* LinkAja Syariah.
3. Sampel pengguna yang diambil hanya pada masyarakat Solo Raya.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah?
3. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah?
4. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah?
5. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah?
6. Apakah persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, risiko dan norma subjektif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah secara simultan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.

2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.
5. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.
6. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, risiko dan norma subjektif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah secara simultan.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian skripsi ini diharapkan dapat membawa dampak yang positif dan dapat memberikan manfaat baik. Manfaat yang diharapkan dapat diambil ialah :

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam menambah wawasan pengetahuan bagi para mahasiswa maupun pelajar mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan norma subjektif khususnya pengguna *e-wallet* LinkAja Syariah dan dapat mendukung penelitian yang serupa dengan masalah ini.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai cara mengamalkan ilmu pada watu kuliah dengan melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan pendidikan serta memberikan pengetahuan kepada peneliti mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan norma subjektif khususnya pengguna *e-wallet* LinkAja Syariah pada transaksi makanan halal di Solo Raya.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini dimulai dengan pengantar yang memberikan gambaran singkat tentang konteks penelitian. Selanjutnya, rumusan masalah disajikan bersama dengan pertanyaan yang akan memandu penelitian, tujuan penelitian yang akan membantu menentukan mengapa penelitian dilakukan, dan prosedur penulisan untuk membuat laporan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas dasar-dasar teoritis, termasuk bagaimana mereka menjelaskan variabel penelitian, hasil penelitian terdahulu, perbedaan serta persamaan antara studi sebelumnya dan studi yang akan dilakukan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, teknik analisis data. Uraian tersebut digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada melalui teknik dan metode yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai deskripsi objekstudi, analisis data dan interpretasi hasil data yang telah diolah serta membahas hasil penelitian yang dilakukan secara mendalam.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari temuan penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan kepada pengguna LinkAja Syariah dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1 Keputusan Penggunaan

Keputusan pembelian konsumen adalah perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh informasi yang diterima dari berbagai sumber, seperti faktor kerjasama pemasaran atau variabel lingkungan atau budaya. Tujuan pemasaran adalah untuk menyebarkan informasi produk. Produk, harga, saluran distribusi, promosi, proses, dukungan fisik, dan orang adalah alat yang digunakan pemasar untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Alistriwahyuni, 2019).

Konsumen harus melalui berbagai fase sebelum memilih cara menggunakan sesuatu. Model persepsi *respons* dari perilaku pengguna dimulai pada fase keputusan penggunaan. rangsangan pemasaran yang secara bertahap memasuki kesadaran konsumen. Keputusan penggunaan konkret adalah hasil dari atribut pembeli dan proses pengambilan keputusan (Aprilia & Wibowo, 2016).

Schiffman & Kanuk (2004) menjelaskan bahwa konsumen harus mempertimbangkan berbagai pilihan saat melakukan pembelian. Jika opsi keputusan dipilih, maka konsumen akan menentukan bagaimana melanjutkannya. Menurut Boonlertvanich (2009) pola perilaku konsumen yang menentukan, mengarahkan, dan mencatat proses pengambilan keputusan untuk memperoleh barang, konsep, atau jasa yang memuaskan kebutuhan merupakan pengambilan keputusan konsumen. Perilaku

konsumen melibatkan lebih dari sekedar pembelian, di dalam pemasaran keputusan itu penting tetapi penggunaan adalah bagian dari pembelian (Hoyer & Macinnis, 2010).

Menurut Suharno (2010) memilih produk dan melakukan pembelian merupakan langkah yang diperlukan dalam proses pembelian konsumen. Konsumen yang memilih untuk memanfaatkan suatu produk mulai memahami bahwa produk yang diinginkan benar-benar ada.

Menurut Jobber et al. (2010) bagian seseorang dalam memutuskan penggunaan meliputi:

1. Pemrakarsa atau orang yang memulai proses pertimbangan penggunaan.
2. *Influencer* atau mereka yang berusaha membujuk orang lain dalam kelompok atas hasil keputusan.
3. Pengambilan keputusan atau mereka yang memiliki sumber daya atau kewenangan untuk membuat keputusan pembelian yang penting.
4. Transaksi dilakukan oleh pembeli.
5. *User* yaitu konsumen atau pengguna suatu produk.

Model perilaku keputusan pembeli/penggunaan menurut Kotler (2005) terdiri dari lima tahapan yaitu :

1. Pemilihan produk

Tahap ini menjelaskan bagaimana perilaku konsumen tentang kebutuhan atau keinginan terhadap suatu produk.

2. Pemilihan merek

Konsumen harus dapat memilih merek dari sekian banyak merek yang ada di pasar, biasanya berdasarkan harga dan kualitas merek

Konsumen menentukan *place/marchant* atau tempat pembelian.

3. Waktu pembelian

Ketika konsumen membutuhkan atau menginginkan merek tertentu, mereka akan membelinya.

4. Jumlah pembelian

Konsumen melakukan pembelian menurut preferensi atau keinginan konsumen terhadap merek tersebut.

Perusahaan harus berusaha untuk menampilkan produk di depan konsumen untuk mempengaruhi keputusan pembelian atau penggunaan mereka. Paling tidak, perusahaan harus melakukan upaya untuk mengalihkan perilaku konsumen dari rasa ingin tahu menjadi minat terhadap produk perusahaan. Motivasi untuk membeli atau menggunakan keputusan adalah perbaikan, dengan tujuan akhirnya menemukan kepuasan (Razati, 2008).

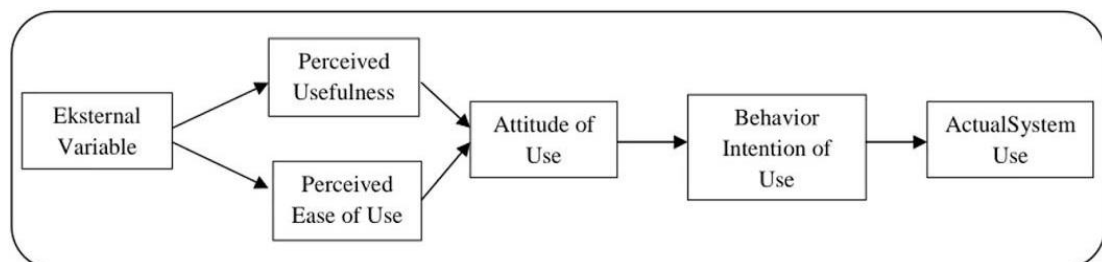
Indikator keputusan pembelian menurut Latief & Dirwan (2020) yaitu:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan
5. Sikap setelah menggunakan

2.2 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Menurut Davis (1989) *Technology Acceptance Model* adalah suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Jika seseorang menganggap sebuah teknologi berguna, maka seseorang akan menggunakannya. Disisi lain, jika seseorang tidak menganggap bahwa sistem tersebut kurang bermanfaat, maka seseorang tidak akan menggunakan teknologi tersebut. Tujuan dari TAM adalah untuk memperjelas pengaruh utama pada perilaku pengguna dan penerimaan teknologi. Teori ini menjelaskan secara lebih rinci mengenai bagaimana adopsi teknologi informasi dapat dipengaruhi oleh banyak faktor.

Gambar 2.1
Kerangka TAM



Sumber : Davis (1989)

TAM menguraikan dua faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menerima sebuah teknologi informasi ialah *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* (Davis, 1989). *Perceived usefulness* digunakan untuk mengukur seberapa banyak seseorang berpikir menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya, sedangkan *perceived ease of use* mengacu pada seberapa banyak seseorang berpikir menggunakan sistem akan membuat hidup mereka lebih mudah (Venkatesh & Davis, 1996). Kedua

konstruksi menentukan penerimaan teknologi informasi karena keduanya memiliki determinan yang kuat dan validitas yang telah ditetapkan secara empiris. TAM bertujuan untuk menjelaskan mengapa sistem informasi diterima untuk sistem informasi itu sendiri dengan memanfaatkan kedua komponen tersebut.

2.3 Persepsi Manfaat

Davis (1989) mengartikan bahwa *perceived usefulness* yaitu kinerja dapat ditingkatkan dengan tingkat kepercayaan seseorang saat menggunakan teknologi. Menurut kinerjanya Dewi & Warmika (2016) persepsi manfaat (*perceived useullness*) didefinisikan sebagai sejauh mana teknologi dapat mendorong produktivitas. Sebuah produk *e-wallet* akan diterima bila menawarkan lebih banyak manfaat dalam bertransaksi, melakukan transaksi menjadi lebih efisien, cepat, mudah dan membuat transaksi lebih terasa nyaman (Yogananda & Dirgantara, 2017).

Manfaat adalah salah satu hal yang menarik seseorang untuk menggunakan *e-wallet* di Indonesia. Dengan kata lain, seseorang percaya bahwa menggunakan *e-wallet* lebih sederhana, cepat, dan efektif daripada menggunakan uang tunai selain itu, *e-wallet* dapat digunakan di mana saja dan kapan saja.

Menurut Davis (1989) indikator pengukuran persepsi manfaat yaitu :

1. Mempercepat pekerjaan.
2. Meningkatkan kinerja.
3. Meningkatkan produktivitas
4. Efektivitas.

5. Mempermudah pekerjaan

6. Bermanfaat

2.4 Persepsi Kemudahan

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) adalah sejauhmana seseorang menganggap bahwa penggunaan suatu teknologi dapat dipahami dan digunakan dengan mudah. Sehingga, dalam menggunakan suatu teknologi individu merasakan adanya suatu kebebasan dari usaha. Kemudahan penggunaan yang dirasakan memberi keuntungan pengguna dengan mengungkapkan sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan sistem yang berkelanjutan akan meningkatkan kinerja.

Menurut Gu et al. (2009) menyatakan bahwa sejauh mana teknologi dianggap cukup sederhana, dapat dimengerti, dan dapat digunakan disebut sebagai kemudahan penggunaan. Kemudahan didefinisikan sebagai tidak adanya hambatan, rintangan, atau persyaratan untuk usaha yang signifikan. Akibatnya, kenyamanan yang dirasakan mengacu pada persepsi seseorang bahwa masing-masing sistem ini praktis dan tidak memerlukan banyak waktu, tenaga, atau uang untuk menggunakannya. Hal ini dimaksudkan agar pengguna dapat memanfaatkan layanan e-wallet tanpa harus melakukan usaha yang melelahkan atau rumit yang menyita banyak waktu dan biaya. Dengan pemikiran ini, pelanggan dapat menggunakan layanan e-wallet untuk bertransaksi secara bebas dan mudah.

Davis (1989) menyebutkan beberapa indikator dalam persepsi kemudahan penggunaan teknologi yaitu :

1. Program mudah dipelajari penggunaannya
2. Program atau program mudah digunakan
3. Program jelas dan mudah dimengerti
4. Fleksibel atau serbaguna
5. Gunakan dengan mudah dan dengan keterampilan
6. Mudah digunakan

2.5 Persepsi Kepercayaan

Persepsi kepercayaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang dalam merasakan aman ketika sedang berransaksi dengan orang lain maupun dengan penyedia layanan (Komiak & Benbasat, 2003). Keinginan seseorang untuk mengandalkan hukum, keterampilan, dan integritas digambarkan sebagai konsep kepercayaan oleh Melorose et al. (2015).

Kepercayaan pada dasarnya adalah jenis dukungan konsumen untuk upaya mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan percaya bahwa konsumen memberikan dukungan terkait keputusan penggunaan. Konsumen merasa bahwa keputusan yang mereka buat adalah yang terbesar, itu terlihat dalam semua perilaku atau tindakan mereka (Sugara & Dewantara 2017).

Penerapan konsep kepercayaan dalam sebuah penelitian yaitu sebuah kegiatan bertransaksi dengan *e-wallet*, tingkat kecemasan saat memakai *e-wallet* lebih tinggi daripada dengan transaksi yang memakai uang tunai. Saat menggunakan *e-wallet*,

kepercayaan menjadi faktor yang penting karena nilai uang tidak secara langsung berada dikonsumen akan tetapi tercatat dalam sistem *e-wallet*.

Indikator kepercayaan menurut Sharma & Sharma (2019), Rafiq (2018), Ishak & Luthfi (2011) yaitu :

1. Percaya
2. Mampu melindungi privasi
3. Dapat diandalkan
4. Tidak akan menipu

2.6 Persepsi Risiko

Risiko adalah terjadinya kondisi tidak pasti yang dipertimbangkan seseorang saat memutuskan apakah akan terlibat atau tidak dalam transaksi online. Pengambilan risiko adalah kecenderungan seseorang untuk mengambil keputusan apakah memilih risiko yang ada atau menghindari risiko yang ada (Priambodo & Prabawani, 2015).

Menurut Pavlou (2003) risiko yang dirasakan adalah persepsi ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dari menggunakan produk atau jasa. Schiffman & Kanuk (2004) berpendapat bahwa persepsi risiko adalah keadaan ketidakpastian yang terjadi ketika konsumen tidak dapat memprediksi konsekuensi dari keputusan penggunaan. Persepsi risiko dapat memainkan peran yang sangat penting dalam perilaku manusia, terutama dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan dalam kondisi yang tidak pasti (Priambodo & Prabawani, 2015). Fakta bahwa jika menggunakan layanan *e-wallet* bukan berarti layanan ini bebas risiko karena transaksi

e-wallet pada dasarnya meninggalkan beberapa transaksi dalam bentuk fisik, asumsi ini dapat menimbulkan beberapa tanda bahaya (Rizaldi et al., 2021).

Sebagaimana dinyatakan di atas, persepsi risiko adalah asumsi risiko yang mewakili evaluasi seseorang tentang kemungkinan yang terkait dengan hasil transaksi atau keadaan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan. Tingkat kepercayaan sangat dipengaruhi oleh risiko yang dirasakan. Tingkat kepercayaan individu meningkat dengan persepsi risiko yang lebih rendah, dan sebaliknya.

Menurut Pavlou (2003) indikator persepsi risiko meliputi :

1. Berupa adanya risiko tertentu
2. Mengalami kerugian
3. Pemikiran bahwa berisiko

2.7 Norma Subjektif

Norma subjektif (*subjective norm*) adalah adanya pengaruh dari orang-orang di sekitar individu terhadap pemikiran yang memicu harapan tentang apakah perilaku tertentu harus dilakukan atau tidak (Ramdhani, 2011). Norma subjektif didefinisikan sebagai keyakinan individu yang dirasakan oleh kelompok referensi mereka ketika melakukan perilaku tertentu, yang dijalankan oleh mayoritas kelompok (Al-Swidi et al., 2014).

Menurut Taylor & Todd (1995) norma subjektif terbentuk dari keyakinan individu tentang referensi tertentu, yang didasari oleh keyakinan untuk mengikuti referensi tersebut. Struktur subyektif yang berkembang sebagai hasil dari lingkungan

individu dan kesan yang dibangun dari orang ke orang, yang mengarahkan orang untuk menggunakan teknologi tertentu. Karena sikap dan perilaku juga dipengaruhi oleh keyakinan, maka dimensi ini dikenal sebagai norma subyektif karena pandangan ini bersifat subyektif.

Hubungan sesama individu sehari-hari dibagi menjadi 2 macam yakni hubungan bersifat horizontal dan vertikal (Ramdhani, 2011) :

1. Dalam hubungan vertikal terdapat harapan, yang dipandang sebagai syarat yang dapat mempengaruhi proses pembentukan norma subjektif. Proses pembentukan dipengaruhi oleh motivasi untuk memenuhi atau menolak permintaan. Hubungan interpersonal vertikal biasanya dikelola antara atasan dan bawahan, seperti guru dan profesor atau orang tua dan anak.
2. Hubungan horizontal berpotensi mengembangkan standar normatif yang lebih kuat membangkitkan keinginan untuk terlibat dengan mereka yang sedang berjuang dalam kehidupan sehari-hari.

Suatu referensi dapat terbentuk dari sekitar individu dari berbagai kalangan, diantaranya yakni dari atasan, guru, orang tua, teman sebaya, teman kelompok atau rekan kerja dan sebagainya (Indriastuti & Wicaksono, 2014).

Indikator norma subjektif menurut Taylor & Todd (1995) yaitu :

1. Rekomendasi orang terdekat untuk menggunakan *e-wallet*.
2. Orang yang saya hormai pendapatnya, mendukung penuh dalam penggunaan *e-wallet*.

3. Orang yang penting dalam kehidupan saya (anggota keluarga, teman terdekat dan rekan kerja) akan mendukung dalam menggunakan *e-wallet*.

2.2 Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1
Hasil Penelitian yang Relevan

No	Judul, Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian dan Sampel	Hasil penelitian
1.	Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Aplikasi <i>Fintech</i> (Dharmawan et al., 2021).	Variabel pada penelitian ini adalah norma subjektif, persepsi risiko dan keputusan menggunakan.	Diperoleh 100 responden dengan menggunakan teknik penelitian kuantitatif dan metode <i>purposive sampling</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.
2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan <i>Internet Banking</i> PT. Bank Mestika Rantauprapat (Simanjorang, 2019).	Variabel pada penelitian ini adalah <i>perceived ease of use</i> (X1), <i>perceived usefulness</i> (X2), <i>trust</i> (X3) dan keputusan penggunaan (Y).	Diperoleh 98 responden dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Hasil penelitian ini yaitu <i>perceived ease of use</i> , <i>perceived usefulness</i> , <i>trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.
3.	Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i> (Suhir et al., 2014).	Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah <i>perceived risk</i> (X1), <i>perceived usefulness</i> (X2) <i>perceived</i>	Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif diperoleh sampel sebanyak 82 pelanggan di	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko, kemudahan dan manfaat berpengaruh terhadap

		<i>benefits</i> (X3) dan keputusan pembelian (Y).	<i>website</i> kaskus.co.id.	keputusan pembelian.
4.	Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan <i>E-Wallet</i> (Tirtana & Sari, 2014).	Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah persepsi kebermanfaatan (X1), persepsi kemudahan (X2), kepercayaan (X3) dan penggunaan (Y).	Teknik <i>convenience sampling</i> digunakan dalam metode penelitian kuantitatif ini untuk mendapatkan sampel 80 responden.	Hasil menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan, kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan.
5.	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> , <i>Perceived Ease Of Use</i> dan <i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap <i>Usage Decision</i> Konsumen Pada Shopee Tanam (Sinaga et al., 2022).	Variabel pada penelitian ini yaitu <i>perceived usefulness</i> (X1), <i>perceived ease of use</i> (X2), <i>perceived enjoyment</i> (X3) dan <i>usage decision</i> (Y).	Menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan sampel sebanyak 97 responden.	Hasil menunjukkan bahwa <i>Perceived Usefulness</i> , <i>Perceived Ease Of Use</i> dan <i>Perceived Enjoyment</i> berpengaruh positif terhadap <i>Usage Decision</i> .
6.	<i>The Effect of Product Knowledge, Perceived Benefits, and Perceptions of Risk on Indonesian Student Decisions to Use E-Wallets for Warunk Upnormal</i> (Foster et al., 2022).	Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah <i>product knowledge</i> (X1), <i>perceived benefits</i> (X2), <i>perceptions of risk</i> (X3), and <i>decisions to use</i> (Y).	Metode kuantitatif pengumpulan data menggunakan <i>non probability sampling</i> dengan jumlah sampel 100 responden.	Hasil penelitian memperoleh bahwa <i>Product Knowledge</i> dan <i>Perceptions of Risk</i> berpengaruh positif namun <i>Perceived Benefits</i> berpengaruh negatif.
7.	Analisis Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko	Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah	Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa

	Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server (Meliana, 2021).	kepercayaan (X1), persepsi manfaat (X2), persepsi risiko (X3) dan Keputusan Penggunaan (Y).	sampel <i>purposive sampling</i> serta mendapatkan 210 responden.	kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi risiko berpengaruh positif.
8.	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa (Ningsih et al., 2021).	Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), persepsi risiko (X3) dan keputusan penggunaan (Y)	Metode penelitian ini kuantitatif dengan teknik <i>accidental sampling</i> dan responden sebanyak 65 orang.	Diperoleh hasil penelitian bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan.
9.	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin) (Humaidi et al., 2022)	Variabel pada penelitian ini adalah persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), fitur layanan (X3) dan keputusan pembelian (Y).	Metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan sampel <i>Purposive Sampling</i> dan memperoleh 96 responden.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
10	<i>Determining Factors of Digital Wallet Usage</i> (Sukis Warningsih, 2021)	Variabel pada penelitian ini adalah persepsi manfaat (X1), risiko (X2), kepercayaan (X3) dan keputusan	Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel <i>non probability</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan. Sedangkan

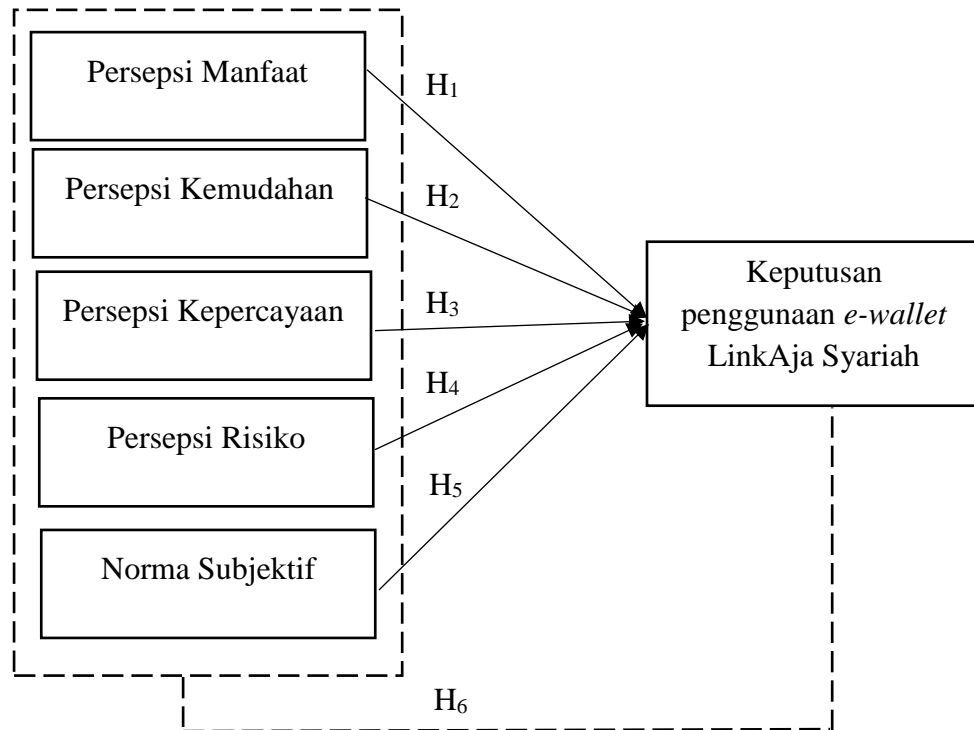
		penggunaan (Y).	<i>sampling</i> dengan <i>purposive sampling</i> dan memperoleh 138 responden.	persepsi risiko tidak mempengaruhi keputusan penggunaan.
--	--	-----------------	--	--

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini dilaukan guna untuk dapat dikembangkan dan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Letak perbedaan penelitian terdapat pada variabel dependen dan independennya. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah, seangkan variabel independennya yaitu persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, risiko dan norma subjektif. Pada penelitian yang akan dilaukan peneliti lebih spesifik pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah pada transaksi makanan halal di Solo Raya

2.3 Kerangka Berpikir

Hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam paradigma ini perlu dijelaskan secara teoritis. Berdasarkan pada uraian sebelumnya, maka kerangka pemikiran peneliti dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko, dan norma subjektif sebagai variabel bebas dan keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah sebagai variabel terikat. Dengan demikian kerangka berpikir penelitian antara persepsi manfaat, kemudahan, keputusan, risiko, dan norma subjektif terhadap keputusan untuk menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber : Diadaptasi dari Syaefullah (2014), Ulansari & Yudantara (2021), Humaidi et al. (2022).

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa adanya persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan norma subjektif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah. Variabel yang dipengaruhi adalah keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah (Y) sedangkan variabel yang mempengaruhi adalah manfaat (X1), kemudahan (X2), kepercayaan (X3), risiko (X4) dan norma subjektif (X5).

2.8 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015) hipotesis adalah suatu proses penelitian setelah memaparkan kerangka berpikir dan landasan teori, hipotesis ialah dugaan sementara dari masalah yang diteliti.

Berdasarkan pembahasan secara teoritis mengenai pengaruh variabel persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, risiko dan norma subjektif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah.

Menurut Tyas & Darma (2017) mendefinisikan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) mendefinisikan nilai yang dirasakan dari tindakan seseorang ketika mereka percaya bahwa menggunakan sistem pasti akan meningkatkan kinerja mereka.. Berdasarkan hasil penelitian pada Sukis Warningsih (2021) bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

H₁ : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah.

2. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah

Menurut Gu et al. (2009) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan mengacu pada betapa sederhananya memahami, memahami, dan menggunakan teknologi. Berdasarkan hasil penelitian pada Humaidi et al. (2022) yang menunjukkan dimana

persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

H₂ : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah.

3. Pengaruh persepsi kepercayaan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah.

Persepsi kepercayaan didefinisikan sejauh mana seseorang percaya bahwa mereka akan merasa aman saat bertransaksi dengan orang lain atau dengan penyedia layanan (Komiak & Benbasat, 2003). Berdasarkan hasil penelitian pada Tirtana & Sari (2014) menyebutkan bahwa kepercayaan sangat berhubungan dan mempengaruhi keputusan menggunakan *e-wallet*.

H₃ : Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah.

4. Pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah

Menurut Pavlou (2003) persepsi risiko ialah gagasan tentang ketidakpastian dan efek yang tidak menguntungkan dari penggunaan barang atau jasa. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Foster et al. (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan.

H₄ : Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah

5. Pengaruh norma subjektif terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah.

Menurut Taylor & Todd (1995) konstruksi norma subyektif diciptakan sebagai hasil dari lingkungan individu, serta persepsi yang dimiliki bersama di antara individu. Hal ini mempengaruhi individu untuk merangkul teknologi tertentu. Oleh karena itu terdapat hubungan antara norma subjektif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan hasil penelitian pada Dharmawan et al. (2021) menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat menggunakan sistem transaksi pembayaran elektronik.

H₅ : Norma subjektif berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah.

6. Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, risiko dan norma subjektif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah secara simultan.

Berdasarkan hasil penelitian Suhir et al. (2014) menunjukkan hasil bahwa persepsi risiko, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi. Selain itu pada penelitian Dharmawan et al., (2021) sikap, norma subjektif dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi *fintech* sebagai alat transaksi.

H₆: Persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, risiko dan norma subjektif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah secara simultan.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Jangka waktu dari awal proses penelitian hingga pelaksanaan laporan penelitian diperkirakan antara September 2022 dan Januari 2023. Penelitian dilakukan di wilayah Solo Raya, dimana masyarakat telah membayar transaksi makanan halal dengan *e-wallet* LinkAja Syariah.

3.2 Jenis Penelitian

Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian dari metode penelitian kuantitatif biasanya berbentuk angka (Sugiyono, 2019). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang secara khusus berkontribusi terhadap penggunaan LinkAja Syariah oleh masyarakat umum. Manfaat, kemudahan, kepercayaan, resiko, dan norma subjektif tergolong faktor yang memiliki kemungkinan tinggi untuk menjadi pertimbangan masyarakat Solo Raya ketika menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi adalah suatu daerah atau wilayah yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakatnya telah menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah sebagai alat pembayaran pada transaksi makanan halal.

3.3.2 Sampel

Menurut Ferdinand (2006) sampel adalah bagian dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Dalam praktiknya, pemilihan sampel lebih baik memilih seluruh populasi. Ukuran sampel sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor meliputi tujuan dari penelitian itu sendiri.

Penentuan jumlah sampel menurut Ferdinand (2006) dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}n &= (20 \times \text{variabel independen}) \\ &= 20 \times 5 \text{ variabel independen} \\ &= 100 \text{ sampel}\end{aligned}$$

100 responden dipilih untuk sampel penelitian dengan menggunakan perhitungan di atas. Diharapkan bahwa ukuran sampel akan mencerminkan sampel penelitian. Penggunaan rumus ini diperlukan karena masih belum diketahui berapa banyak orang yang menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2019) strategi ini tidak memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Purposive sampling* adalah metode penelitian yang digunakan. Dengan menggunakan kriteria tertentu, teknik ini memilih sampel dari beberapa sumber data yang dapat dijadikan sampel.

Karena tidak semua sampel memenuhi kriteria fenomena yang diteliti maka teknik ini dipilih. Oleh sebab itu, penulis mengadopsi teknik *sampling purposive*, yang menetapkan kriteria atau persyaratan tertentu untuk sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun kriteria yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Masyarakat muslim yang berdomisili di Solo Raya
2. Menggunakan atau pernah *e-wallet* LinkAja Syariah
3. Minimal melakukan transaksi pembelian makanan halal satu kali.

3.5 Data dan Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari sumbernya (Sugiyono, 2019). Data primer pada penelitian ini merupakan data yang didapatkan dari responden berdasarkan kuesioner yang dibagikan berupa *google form* yang dikirimkan melalui media sosial *whatsapp* dan diisi oleh responden yang mengetahui tentang *e-wallet* LinkAja Syariah, kuesioner berisi tentang pertanyaan yang berkaitan dengan persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko norma subjektif dan keputusan dalam menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder yang diperoleh dari sumber kedua Sugiyono (2019) data sekunder pada penelitian ini didapatkan dari jurnal, buku dan sumber tertulis lainnya yang mengandung dan mendukung informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1. Kuesioner

Kuesioner merupakan sebuah teknik dimana peneliti mengumpulkan data dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden untuk menjawabnya (Sugiyono, 2019). Pertanyaan kuesioner mengikuti indikator variabel. Format kuesioner ditentukan oleh berbagai parameter. Skala Likert yang digunakan dalam formulir kuesioner ini memberikan poin untuk setiap tanggapan berdasarkan nilai. Pada penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner dalam bentuk *google form* melalui media sosial *whatsapp* untuk dikirimkan kepada teman satu ke teman lainnya yang berdomisili di Solo Raya yang pernah dan sedang menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah.

3.7 Variabel Penelitian

Model yang peneliti buat untuk mengatasi topik penelitian yang disarankan menentukan bentuk variabel penelitian. Peneliti menggunakan dua macam variabel yang berbeda dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen biasanya juga disebut variabel terikat yaitu variabel yang disebabkan karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah sebagai variabel dependen.

2. Variabel Independen (X)

Variabel Independen ini biasanya disebut juga sebagai variabel bebas yaitu variabel yang menjadi sebab adanya variabel terikat (Sugiyono, 2019). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, risiko dan norma subjektif.

3.8 Definisi Operasional

Variabel merupakan karakteristik, nilai atau kepemilikan seseorang yang menunjukkan variasi tertentu antara satu individu dengan objek-objek lainnya (Sugiyono, 2019). Sedangkan definisi operasional ialah suatu indikator-indikator yang digunakan mengumpulkan data penelitian. Variabel definisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Keputusan Penggunaan	Pola perilaku konsumen yang dijunjung tinggi, ditetapkan, dan diikuti sepanjang proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan barang, konsep, atau layanan yang memenuhi permintaan disebut sebagai pengambilan keputusan konsumen (Latief & Dirwan, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan 5. Sikap setelah menggunakan (Latief & Dirwan, 2020)
Persepsi Manfaat	Persepsi Manfaat (<i>perceived usefulness</i>) yaitu kinerja dapat ditingkatkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempercepat pekerjaan 2. Meningkatkan kinerja

	dengan tingkat kepercayaan seseorang saat menggunakan teknologi. (Davis, 1989).	<ol style="list-style-type: none"> 3. Meningkatkan produktivitas 4. Efektivitas 5. Mempermudah pekerjaan 6. Bermanfaat (Davis, 1989).
Persepsi Kemudahan	Persepsi kemudahan (<i>perceived ease of use</i>) adalah sejauhmana seseorang menganggap bahwa penggunaan suatu teknologi dapat dipahami dan digunakan dengan mudah. (Davis, 1989).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari 2. Sistem mudah dijalankan 3. Sistem jelas dan mudah dimengerti 4. fleksibel 5. mudah untuk menjadi trampil/mahir 6. mudah digunakan (Davis, 1989).
Persepsi Kepercayaan	Persepsi kepercayaan didefinisikan sebagai sebagai tingkat keyakinan seseorang dalam merasakan aman ketika sedang berransaksi dengan orang lain maupun dengan penyedia layanan (Ishak & Luthfi, 2011).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Percaya 2. Mampu melindungi privasi 3. Dapat diandalkan 4. Tidak akan menipu (Sharma & Sharma 2019), (Rafiq 2018), (Ishak & Luthfi 2011).
Persepsi Risiko	Persepsi risiko adalah Perasaan ketidakpastian dan efek tak terduga saat memanfaatkan barang atau jasa (Pavlou, 2003).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berupa adanya risiko tertentu 2. Mengalami kerugian 3. Pemikiran bahwa berisiko (Pavlou, 2003).
Norma Subjektif	Norma subjektif terbentuk dari keyakinan individu tentang referensi tertentu, yang diboboti dengan motivasi untuk mengikuti referensi tersebut (Taylor & Todd, 1995).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rekomendasi orang terdekat 2. Dukungan orang yang saya hormati pendapatnya 3. Dukungan orang yang penting dalam kehidupan saya (Taylor & Todd, 1995).

3.9 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses yang digunakan untuk melakukan penelitian setelah semua data responden terkumpul. Pengelompokan data berdasarkan variabel dan kategori responden, data berdasarkan variabel yang berasal dari seluruh responden, penyajian data dari setiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan menggunakannya untuk menguji hipotesis adalah semua kegiatan yang dilakukan dalam analisis data (Sugiyono, 2019). Hasil pada penelitian ini dimasukkan pada tabulasi data yang akan diolah dengan program statistik SPSS versi 25.

3.9.1. Instrumen Penelitian

Untuk mengumpulkan data kuantitatif dengan hasil yang tepat Sugiyono (2019) mengklaim bahwa instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti. Untuk menganalisis kuesioner, setiap instrumen perlu memiliki skala ukur. Dalam penelitian ini opini diukur dengan menggunakan skala Likert berdasarkan gambaran operasional yang telah ditentukan sebelumnya.

Variabel yang akan diukur diubah menjadi indikator variabel dengan menggunakan Skala Likert, dan indikator tersebut kemudian dijadikan tolak ukur untuk menyusun susunan instrumen, yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Menurut Sugiyono (2019) Indeks yang digunakan dalam skala ini sebagai berikut.

Sangat Setuju (SS)	diberi skor : 5
Setuju (S)	diberi skor : 4
Netral (N)	diberi skor : 3

Tidak Setuju (TS) diberi skor : 2

Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor : 1

Kuesioner yang diberikan kepada responden harus sah dan dapat diandalkan untuk dijadikan sebagai standar variabel yang diukur. Untuk setiap pertanyaan kuesioner, uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk memastikan bahwa hasil data pengukuran akurat dan dapat diandalkan. Analisis berikut dilakukan untuk menguji hasil kuesioner.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur yang menilai ketepatan instrumen sebelum digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2019). Setiap soal dalam uji validitas harus melalui uji validitas. Hasil dari r hitung dan r tabel dikontraskan, dengan $df=n-2$ dan sig 5%. Valid jika r tabel $>$ r hitung.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) pengujian reliabilitas adalah proses penentuan kemantapan dan konsistensi responden terhadap berbagai pertanyaan yang merupakan aspek dari suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner. Pada setiap soal, uji reliabilitas dapat dijalankan secara bersamaan. Jika nilai $Alpha > 0,60$ maka reliabel.

3.9.2. Uji Asumsi Klasik

Semua model regresi harus lulus uji asumsi klasik agar memenuhi syarat sebagai model empiris yang baik. Asumsi linier tradisional diterapkan dalam penyelidikan ini. Adapun serangkaian uji asumsi klasik terdiri sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah setiap variabel dalam data mengikuti model regresi yang terdistribusi normal. Uji statistik yang digunakan untuk menentukan normalitas adalah uji normalitas Kolmogorof-Smirnov Monte Carlo, yang dapat dilakukan dengan melihat Asymp.Sig.(2-tailed). Jika nilai Asymp.Sig.(2-tailed) $> 0,05$ maka data dapat dikatakan berdistribusi normal (Ghozali, 2013).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan seberapa berbeda residu dari satu pengamatan tambahan dalam model regresi berbeda dari pengamatan asli. (Ghozali, 2013). Jika varian dari residual bervariasi secara tidak konsisten dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya, model regresi dikatakan homoskedastik. Namun, jika residual berasal dari satu pengamatan tambahan, model dikatakan heteroskedastik. Model homoskedastisitas atau tanpa heteroskedastisitas merupakan model regresi yang baik. Uji Glejser dapat digunakan untuk menentukan apakah ada heteroskedastisitas berdasarkan tingkat signifikansinya. Jika nilai sig lebih dari 0,05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas, jika kurang dari 0,05 berarti terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi sebagai korelasi linier sempurna antara variabel independen model. Keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah (Y) menjadi variabel dependen dan dijelaskan oleh sejumlah faktor independen, antara lain persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan norma

subjektif (X) (Setiaji, 2004). Terdapat masalah multikolinearitas jika ada korelasi substansial antara X1, X2, X3, X4, dan X5.

Dengan menggunakan (1) *Variance Inflation Factor* (VIF) dan (2) *tolerance value* dapat ditentukan apakah terjadi multikolinearitas dalam suatu penelitian. Tidak terdapat korelasi antara variabel-variabel independen lainnya jika model regresi sesuai. Oleh karena itu, angka VIF yang tinggi sama dengan nilai toleransi yang rendah atau $VIF < 10$ atau $tolerance > 0,1$ dapat menunjukkan multikolinearitas pada model regresi, tetapi tidak dapat mengidentifikasi variabel independen (Ghozali, 2013).

3.9.3. Uji Ketepatan Model

Uji ketepatan model atau uji model yang digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel pada saat mengukur nilai. Secara statistik, uji ketepatan model dapat dilakukan melalui pengukuran nilai koefisien determinasi ($Adjusted R^2$) dan Uji F (Ghozali, 2013).

1. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika faktor independen dan dependen berdampak pada variabel dependen secara bersamaan, pengujian ini akan menunjukkannya. Signifikansi pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen dinilai dengan menggunakan uji F (Y). Pengujian ini akan menunjukkan apakah faktor independen dan dependen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan.

Variabel dependen dianggap dipengaruhi secara simultan oleh semua faktor independen jika tingkat probabilitasnya $< 0,05$. (Ghozali, 2013).

Adapun prosedur pengujiannya adalah setelah melakukan perhitungan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Kriteria pengambilan keputusan adalah

- a. H_0 ditolak apabila variabel independen berpengaruh besar terhadap variabel dependen jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $(\alpha) < 0,05$.
- b. H_0 diterima apabila variabel independen tidak berpengaruh besar terhadap variabel dependen jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $(\alpha) > 0,05$.

2. Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Tujuan dari uji koefisien determinasi yang disesuaikan adalah untuk mengetahui seberapa baik model dapat mengubah variabel dependen. Koefisien determinasi sendiri memiliki nilai antara 0 dan 1. Bila adjusted R^2 mendekati 1, hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki hampir semua informasi yang diperlukan untuk menjelaskan variabel terikat. Ketika adjusted R^2 kecil, variabel independen memiliki kemampuan yang terbatas untuk menjelaskan variabel dependen. (Ghozali, 2013).

3.9.4. Uji Hipotesis

1. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis bertujuan untuk menetapkan signifikansi suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji statistik t) menggambarkan sejauh mana kontribusi variabel independen individu terhadap penjelasan variabel dependen. Tabel *coefficients* di kolom sig digunakan untuk

melihat hasil uji t. Jika kemungkinan nilai signifikansinya adalah $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel yang ditentukan secara parsial. Selanjutnya, jika probabilitas nilai signifikansi $> 0,05$, dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara salah satu variabel independen dan variabel dependen. Hasil uji t juga bisa dilihat jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, yang menunjukkan bahwa suatu variabel mempengaruhi variabel dependen baik seluruhnya atau sebagian (Ghozali, 2013).

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai metode analisis data. Tujuan analisis adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor independen terhadap variabel dependen (Teguh, 2014). Terdapat lima variabel independen pada penelitian ini yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keputusan, persepsi risiko dan norma subjektif. Selain variabel independen juga terdapat satu variabel dependen yaitu keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah. Sehingga dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis satu hingga hipotesis lima menggunakan regresi linear berganda ialah sebagai berikut (Setiaji, 2004) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

- Y : Variabel dependen yaitu keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah
- a : Konstanta

- b : Koefisien regresi, merupakan besarnya perubahan variabel terikat akibat perubahan tiap-tiap unit variabel bebas
- X_1 : Variabel Persepsi Manfaat
- X_2 : Variabel Persepsi Kemudahan
- X_3 : Variabel Persepsi Kepercayaan
- X_4 : Variabel Persepsi Risiko
- X_5 : Variabel Norma Subjektif
- e : Residual/eror

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari warga yang telah bertransaksi makanan halal menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah dan berdomisili di wilayah Solo Raya terdiri dari Kabupaten Sukoharjo, Wonogiri, Boyolali, Karanganyar, Klaten, Sragen, dan Surakarta. Partisipan dalam penelitian ini adalah warga Solo Raya yang telah melakan transaksi makanan halal menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah. Penelitian ini hanya menggunakan 100 yang diperoleh dengan rumus Sugiyono.

Berikut adalah profil 100 responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian:

4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Daerah Asal

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasarkan Asal Daerah

Asal Daerah	Jumlah Responden	Presentase (%)
Sukoharjo	21	21%
Karanganyar	16	16%
Klaten	11	11%
Sragen	11	11%
Boyolali	13	13%
Surakarta	24	24%
Wonogiri	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Dalam penelitian diatas menunjukkan bahwa responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini adalah responden yang berasal dari Solo Raya. Responden dari Kabupaten Sukoharjo sebanyak 21 dengan presentase 21%. Lalu responden dari Kabupaten Karanganyar sebanyak 16 atau setara dengan 16%. Responden dari Kabupaten Klaten dan Sragen sebanyak 11 responden masing-masing dengan presentase 11%. Pada Kabupaten Boyolali didapatkan 13 responden dengan presentase 13%. Kabupaten Surakarta diperoleh 24 responden dengan presentase 24%. Sedangkan kabupaten Wonogiri hanya terdapat 4 responden atau 4%.

4.1.2 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Laki-Laki	22	22%
Perempuan	78	78%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Dalam penelitian diatas dapat diketahui bahwa responden yang ikut berpartisipasi pada peneitian ini yakni responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 22 dari semua responden 22%, responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 68 dari semua responden 78%. Berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh resonden berjenis kelamin perempuan.

4.1.3 Presentase Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
< 17 tahun	0	0%
18 – 30 tahun	99	99%
31 – 40 tahun	1	1%
41 – 55 tahun	0	0%
> 55 tahun	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dibedakan menjadi lima kategori yaitu < 17 tahun, 18-30 tahun, 31-40 tahun, 41-55 tahun dan > 55 tahun. Dari hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah mereka dengan usia 18-30 tahun sejumlah 99 responden atau setara dengan 99%.

4.1.4 Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data responden berdasarkan pekerjaan dikategorikan menjadi 4 golongan yaitu pelajar/mahasiswa, karyawan swasta, PNS dan lainnya. Adapun data responden tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	86	86%
Karyawan Swasta	0	0%

PNS	7	7%
Lainnya	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Responden dalam penelitian ini yang berprofesi sebagai mahasiswa/pelajar adalah sebanyak 86 orang atau sebesar 86%, PNS dan profesi lainnya masing-masing sebanyak 7 orang atau sebesar 7%, dan untuk jenis profesi karyawan swasta dalam data ini tidak ada. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden keputusan penggunaan LinkAja Syariah didominasi oleh profesi sebagai mahasiswa atau pelajar yaitu sebesar 86%.

4.1.5 Presentase Responden Berdasarkan Penghasilan

Berikut data responden yang diperoleh peneliti melalui penyebaran kuesioner yang telah dikelompokkan berdasarkan jumlah penghasilannya dapat diketahui sebagai berikut :

Tabel 4.5
Responden Berdasarkan Penghasilan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
< Rp. 2.000.000	86	86%
Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	8	8%
Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	2	2%
Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000	0	0%
> Rp. 5.000.000	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Tabel diatas menunjukkan responden yang memiliki penghasilan kurang dari Rp. 2.000.000,- sebanyak 86 orang, pendapatan Rp. 2.000.000,- sampai Rp. 3.000.000,- sebanyak 8 orang, penghasilan Rp. 3.000.000,- sampai Rp. 4.000.000,- sebanyak 2 orang, dan penghasilan lebih dari Rp. 5.000.000,- adalah 4 orang. Namun tidak terdapat responden yang berpenghasilan Rp. 4.000.000,- sampai Rp.5.000.000,- . Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa penghasilan responden terbanyak pada penelitian ini yaitu 86 orang dengan penghasilan sebesar < Rp. 2.000.000,-.

4.1.6 Presentase Responden Berdasarkan Banyak Transaksi

Perbedaan banyak transaksi *e-wallet* LinkAja Syariah dibedakan menjadi 3 golongan oleh peneliti yaitu:

Tabel 4.6
Responden Berdasarkan Banyak Transaksi

Banyak Penggunaan LinkAja Syariah	Jumlah	Presentase
1 Kali	58	58%
2-4 Kali	28	28%
> 5 Kali	14	14%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebanyak 58 responden telah bertransaksi menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah hanya 1 kali, kemudian sebanyak 28 responden telah menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah sebanyak 2 sampai 4 kali dan 14 responden telah menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah sebanyak >5 kali. Jadi,

dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang menggunakan banyak *e-wallet* LinkAja Syariah sebanyak 1 kali dengan presentase 58%.

4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.2.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan terhadap suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Tabel *Item-Total Statistic* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu instrumen. Kuesioner dinyatakan valid jika hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel, dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka valid. Pada penelitian ini terdapat 100 responden sehingga df yang dicari ialah 98 yaitu 0,1966 dimana bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	X1.1	0,673	0,1966	Valid
	X1.2	0,771	0,1966	Valid
	X1.3	0,851	0,1966	Valid
	X1.4	0,849	0,1966	Valid
	X1.5	0,709	0,1966	Valid
	X1.6	0,755	0,1966	Valid
	X2.1	0,748	0,1966	Valid
	X2.2	0,727	0,1966	Valid

Persepsi Kemudahan (X2)	X2.3	0,833	0,1966	Valid
	X2.4	0,813	0,1966	Valid
	X2.5	0,720	0,1966	Valid
	X2.6	0,762	0,1966	Valid
Persepsi Kepercayaan (X3)	X3.1	0,803	0,1966	Valid
	X3.2	0,861	0,1966	Valid
	X3.3	0,886	0,1966	Valid
	X3.4	0,797	0,1966	Valid
Persepsi Risiko (X4)	X4.1	0,636	0,1966	Valid
	X4.2	0,862	0,1966	Valid
	X4.3	0,851	0,1966	Valid
Norma Subjektif (X5)	X5.1	0,863	0,1966	Valid
	X5.2	0,894	0,1966	Valid
	X5.3	0,914	0,1966	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	Y.1	0,788	0,1966	Valid
	Y.2	0,763	0,1966	Valid
	Y.3	0,767	0,1966	Valid
	Y.4	0,844	0,1966	Valid
	Y.5	0,782	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui bahwa nilai r_{tabel} sebesar 0,1966 dan semua variabel menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, artinya pernyataan tersebut dapat dikatakan valid atau mampu mengukur variabel yang ingin diukur. Jadi semua item pernyataan mampu mengukur variabel persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, risiko, norma subjektif dan keputusan penggunaan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur apakah kuesioner yang digunakan peneliti telah konsisten atau tidak. Sehingga koesioner tersebut dapat diandalkan bila

dilakukan berulang kali dengan kuesioner yang sama. Jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut teratur, stabil, dan konsisten, maka suatu kuesioner dikatakan reliabel atau dapat diandalkan. Jika Nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka item dapat dikatakan reliabel atau konsisten (Ghozali, 2013).

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reliabel	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,857	0,60	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,857		
Persepsi Kepercayaan	0,857		
Persepsi Risiko	0,698		
Norma Subjektif	0,866		
Keputusan Penggunaan	0,848		

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel mempunyai nilai cronbach alpha > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan pada persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, risiko, norma subjektif dan keputusan penggunaan dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur.

4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah setiap variabel dalam data mengikuti model regresi yang terdistribusi normal. Uji statistik yang digunakan untuk menentukan normalitas adalah uji normalitas Kolmogorof-Smirnov Monte Carlo, yang

dapat dilakukan dengan melihat Asymp.Sig.(2-tailed). Jika nilai Asymp.Sig.(2-tailed) > 0,05 maka data dapat dikatakan berdistribusi normal (Ghozali, 2013). Berikut merupakan hasil perhitungan uji normalitas dalam penelitian ini.

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.65231105
Most Extreme Differences	Absolute		.115
	Positive		.115
	Negative		-.065
Test Statistic			.115
Asymp. Sig. (2-tailed)			.002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.137 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.128
		Upper Bound	.146
		Upper Bound	

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai dari uji normalitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,137. Nilai tersebut menunjukkan > 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa data dalam model regresi ini telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk memastikan apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Model yang baik dalam uji ini adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.647	.944		1.746	.084
MANFAAT	-.031	.063	-.090	-.497	.620
KEMUDAHAN	.086	.059	.252	1.466	.146
KEPERCAYAAN	-.079	.067	-.171	-1.177	.242
RISIKO	-.032	.051	-.073	-.624	.534
NORMA	-.028	.060	-.060	-.464	.643
SUBJEKTIF					

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan uji glejser pada tabel diatas menunjukkan bahwa didalam model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi > 0.05 . Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan penggunaan berdasarkan masukkan persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, risiko dan norma subjektif.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk menguji apakah pada variabel bebas terdapat korelasi antar variabel. Jika tidak terjadi korelasi diantara variabel independen maka regresi tersebut dikatakan sesuai. Dasar pengambilan keputusan dilihat melalui VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi gejala multikolinearitas, sebaliknya jika VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10 dan nilai *tolerance* $< 0,1$ maka dikatakan terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen (Ghozali, 2013).

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,308	3,251	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kemudahan	0,345	2,902	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kepercayaan	0,481	2,078	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Risiko	0,735	1,361	Tidak terjadi multikolinearitas
Norma Subjektif	0,608	1,644	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Dapat diketahui dari tabel di atas merupakan hasil dari uji multikolinearitas yang menunjukkan bahwa pada persepsi manfaat memiliki nilai *tolerance* sebesar 0.308 dan VIF 3.251, persepsi kemudahan *tolerance* sebesar 0.345 dan VIF 2.902, persepsi kepercayaan *tolerance* sebesar 0.481 dan VIF 2.078, persepsi risiko nilai *tolerance*

sebesar 0.735 dan VIF 1.361, norma subjektif nilai *tolerance* sebesar 0.608 dan VIF 1.644. Seluruh variabel independen tersebut menunjukkan bahwa nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian tidak terdapat gejala multikolinieritas sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat untuk analisis regresi.

4.2.3 Hasil Uji Ketepatan Model

1. Uji koefisien determinasi (Adjusted R^2)

Tujuan dari uji koefisien determinasi Adjusted R^2 adalah untuk mengetahui seberapa baik model dapat mengubah variabel dependen. Koefisien determinasi sendiri memiliki nilai antara 0 dan 1. Bila Adjusted R^2 mendekati 1, hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki hampir semua informasi yang diperlukan untuk menjelaskan variabel terikat. Ketika Adjusted R^2 kecil, variabel independen memiliki kemampuan yang terbatas untuk menjelaskan variabel dependen. (Ghozali, 2013). Berikut adalah hasil uji determinasi dalam penelitian ini :

Tabel 4.12
Hasil Uji Determinasi Adjusted R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.642	.623	1.696

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil Adjusted R^2 adalah 0,623 hal ini dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, risiko

dan norma subjektif secara simultan sebesar 62%. Sedangkan 38% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dengan ketentuan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_0 ditolak menyatakan bahwa secara simultan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.13
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	484.467	5	96.893	33.698	.000 ^b
Residual	270.283	94	2.875		
Total	754.750	99			

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel output diatas, diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $33,698 > 2.31$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.

4.2.4 Hasil Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji hipotesis bertujuan untuk menetapkan signifikansi suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan ketentuan kemungkinan nilai signifikansinya adalah $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel bebas

dengan variabel yang ditentukan secara parsial. Hasil uji t juga bisa dilihat jika t hitung $> t$ tabel, yang menunjukkan bahwa suatu variabel mempengaruhi variabel dependen baik seluruhnya atau sebagian (Ghozali, 2013). Maka berikut merupakan hasil uji t

Tabel 4.14
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.097	1.389		2.229	.028
MANFAAT	.346	.092	.418	3.755	.000
KEMUDAHAN	.262	.087	.318	3.028	.003
KEPERCAYAAN	.098	.099	.088	.991	.324
RISIKO	-.022	.075	-.021	-.288	.774
NORMA	.106	.088	.095	1.201	.233
SUBJEKTIF					

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

1) Variabel Persepsi Manfaat

H_1 : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.

Hasil analisis variabel persepsi manfaat pada tabel t memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,755 nilai ini lebih besar dari t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah 1,985 maka H_1 diterima. Sehingga variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.

2) Variabel Persepsi Kemudahan

H_2 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.

Hasil analisis variabel persepsi kemudahan pada tabel t diketahui t_{hitung} sebesar 3,028 nilai ini lebih besar dari t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah 1,985 maka H_2 diterima. Sehingga variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.

3) Variabel Persepsi Kepercayaan

H_3 : Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.

Hasil analisis variabel persepsi kepercayaan pada t tabel memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,991 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah 1,985 maka H_3 ditolak. Sehingga variabel persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.

4) Variabel Persepsi Risiko

H_4 : Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah

Hasil analisis variabel persepsi risiko diketahui bila t_{hitung} sebesar -0,288 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah 1,985 maka H_4 ditolak. Sehingga variabel persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.

5) Variabel Norma Subjektif

H_5 : Norma subjektif berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.

Hasil analisis yang variabel norma subjektif diketahui bila t_{hitung} sebesar 1,201 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah 1,985 maka H_5 ditolak. Sehingga variabel norma subjektif tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan dari metode analisis data regresi linier berganda adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat lima variabel independen yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keputusan, persepsi risiko dan norma subjektif. Sedangkan pada variabel dependen yaitu keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.097	1.389		2.229	.028
MANFAAT	.346	.092	.418	3.755	.000
KEMUDAHAN	.262	.087	.318	3.028	.003
KEPERCAYAAN	.098	.099	.088	.991	.324
RISIKO	-.022	.075	-.021	-.288	.774
NORMA SUBJEKTIF	.106	.088	.095	1.201	.233

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Berdasarkan tabel olahdata diatas diketahui persamaan model regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y=3,097 + 0,346 X_1 + 0,262 X_2 + 0,098 X_3 + -0,022 X_4 + 0,106 X_5 + e$$

- 1) Konstanta diatas dapat diketahui sebesar 3,097 yang berarti bahwa jika variabel persepsi manfaat (X1), kemudahan (X2), kepercayaan (X3), risiko (X4) dan norma subjektif (X5) maka keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah sebesar 3,097.
- 2) Koefisien regresi dari persepsi manfaat (X1) memiliki nilai sebesar 0,346 dapat dikatakan bahwa setiap bertambah satuan variabel persepsi manfaat maka keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,346.
- 3) Koefisien regresi dari persepsi kemudahan (X2) bernilai positif sebesar 0,262 yang dapat dikatakan bahwa setiap bertambah satuan variabel persepsi kemudahan maka terjadi peningkatan keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah sebesar 0,262 satuan.
- 4) Koefisien regresi dari persepsi kepercayaan (X3) memiliki nilai sebesar 0,098 yang dapat dikatakan bahwa setiap bertambah satuan variabel persepsi kepercayaan maka keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,098.
- 5) Koefisien regresi dari persepsi risiko (X4) memiliki nilai sebesar -0,022 yang dapat dikatakan bahwa setiap bertambah satuan variabel persepsi risiko maka akan menurunkan keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah akan sebesar -0,022.

- 6) Koefisien regresi dari norma subjektif (X5) memiliki nilai sebesar 0,106 yang dapat dikatakan bahwa setiap bertambah satuan variabel norma subjektif maka keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,106.

Nilai koefisien regresi mengungkapkan variabel independen mana yang memiliki pengaruh terbesar terhadap variabel dependen. Semakin signifikan koefisien regresi, semakin penting variabel tersebut. Berdasarkan kelima variabel dependen yang tercantum di atas, variabel persepsi manfaat (X1) dengan nilai 0,346 memiliki koefisien regresi yang paling tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat (X1) paling berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk memanfaatkan *e-wallet* LinkAja Syariah.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

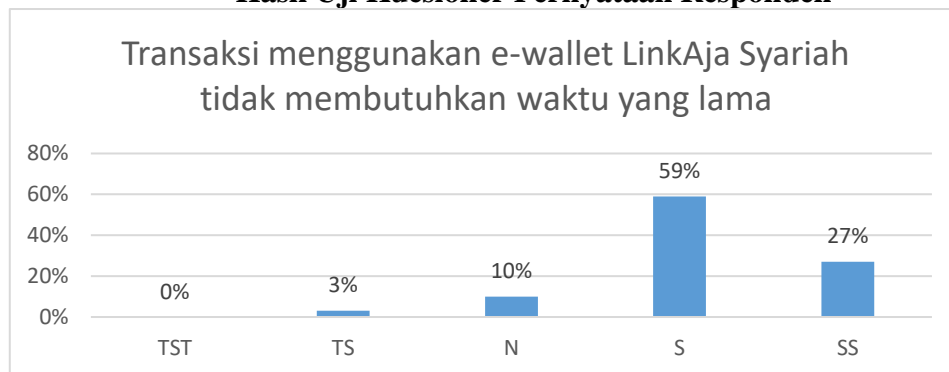
4.3.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* LinkAja Syariah

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah. Dapat diketahui melalui hasil uji $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,755 > 1,985$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis H_1 yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dapat diterima.

Sebanding dengan pernyataan Davis (1989) bahwa kinerja dapat ditingkatkan dengan tingkat kepercayaan seseorang saat menggunakan teknologi. Hal ini dapat

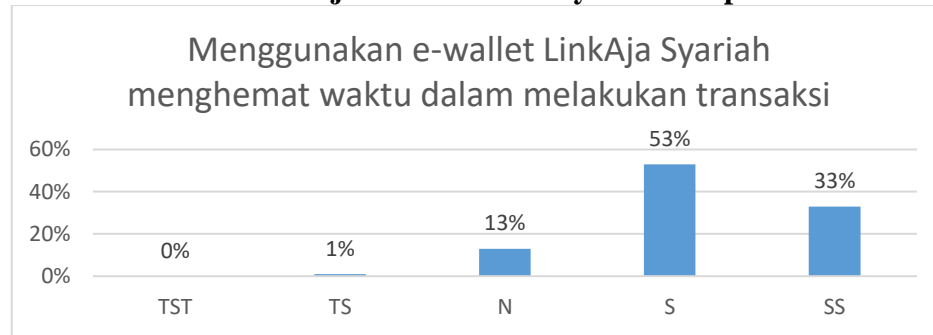
diartikan bahwa dengan adanya manfaat dari layanan *e-wallet*, maka akan meningkatkan keputusan seseorang untuk bertransaksi menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah. Pengguna merasa bahwa dengan bertransaksi menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah tidak membutuhkan waktu yang lama, dapat menyelesaikan transaksi lebih cepat dan mudah selain itu juga menghemat waktu dalam melakukan transaksi. Sesuai dengan hasil observasi bahwa dengan menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah hanya memakan waktu beberapa detik saja untuk melakukan transaksi tentu hal tersebut memberikan manfaat bagi kehidupan sehari-hari responden hal ini dibuktikan melalui hasil kuesioner pernyataan responden sebagai berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Kuesioner Pernyataan Responden



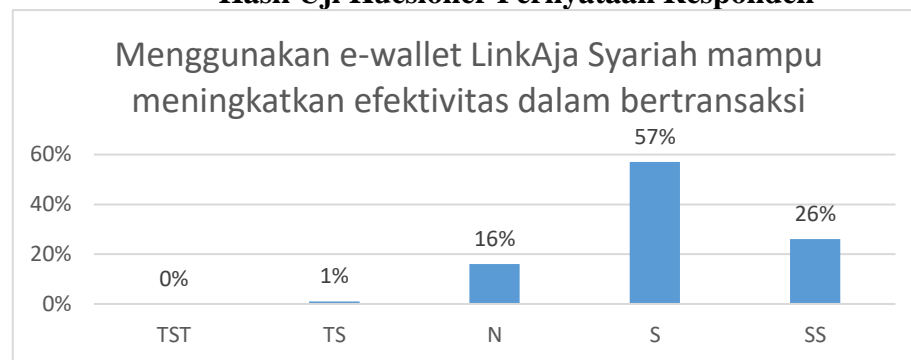
Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Gambar 4.2
Hasil Uji Kuesioner Pernyataan Responden



Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Gambar 4.3
Hasil Uji Kuesioner Pernyataan Responden



Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Berdasarkan diagram diatas dijelaskan bahwa terdapat 59% masyarakat yang menyatakan jika bertransaksi menggunakan LinkAja Syariah tidak membutuhkan waktu yang lama. Lalu terdapat 53% masyarakat menyatakan bahwa jika bertransaksi menggunakan LinkAja Syariah. Selain itu terdapat 57% masyarakat yang bertransaksi menggunakan LinkAja Syariah mengalami peningkatan efektivitas kerja.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariningsih et al. (2022) menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Serupa dengan penelitian dilakukan Nurzanita & Marlana (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*, jika persepsi manfaat meningkat maka akan menimbulkan peningkatan pengguna dan berdampak pada keputusan penggunaan.

4.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet*

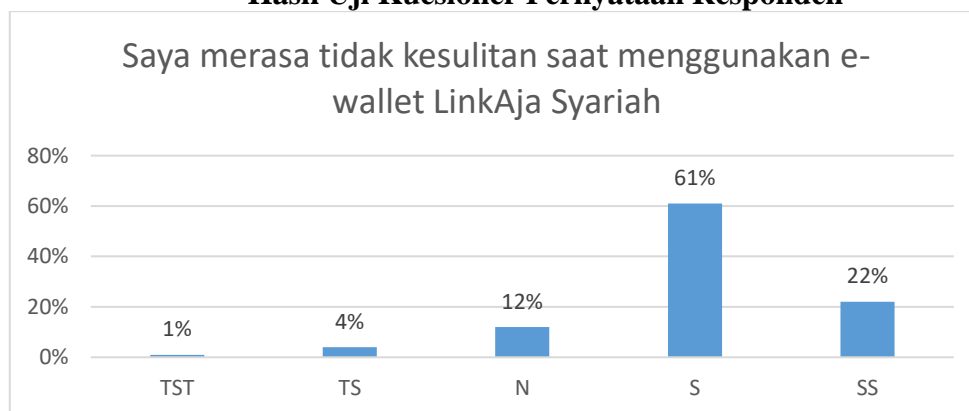
LinkAja Syariah

Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa variabel kemudahan (X2) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah. Hal ini dapat dilihat melalui hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,028 > 1,985$ dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Sehingga H_2 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah diterima.

Sesuai pernyataan dari Davis (1989) bahwa dalam menggunakan suatu teknologi individu merasakan adanya suatu kebebasan dari usaha. Kemudahan penggunaan yang dirasakan memberi keuntungan pengguna dengan mengungkapkan sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan sistem yang berkelanjutan akan meningkatkan kinerja. Akibatnya, kenyamanan yang dirasakan mengacu pada persepsi seseorang bahwa masing-masing sistem ini praktis dan tidak memerlukan banyak waktu dan tenaga untuk menggunakannya.

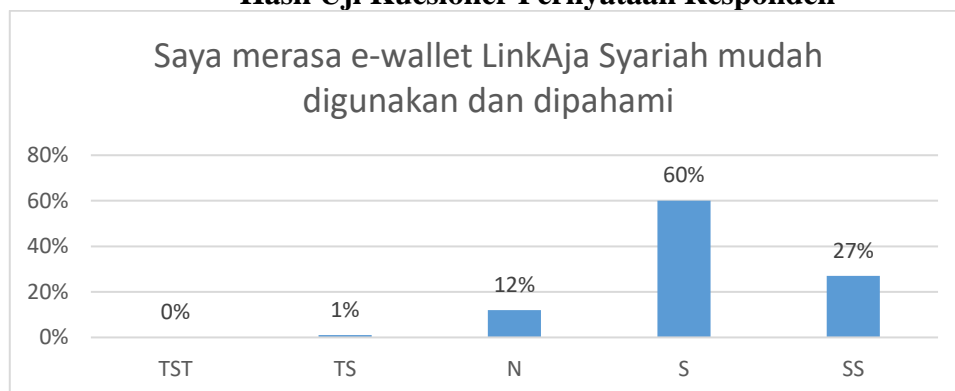
Begitupula dengan *e-wallet* masyarakat merasa bahwa *e-wallet* LinkAja Syariah lebih fleksibel dikarenakan uang sudah disimpan di dalam ponsel sesuai dengan hasil observasi yang mengatakan bahwa jika menggunakan *e-wallet* tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah banyak. Masyarakat merasa *e-wallet* LinkAja Syariah mudah dipelajari sehingga tidak merumitkan, masyarakat juga merasakan dengan adanya *wallet* LinkAja Syariah bertransaksi menjadi cepat dan mudah hal ini dinyatakan berdasarkan hasil pernyataan responden sebagai berikut:

Gambar 4.4
Hasil Uji Kuesioner Pernyataan Responden



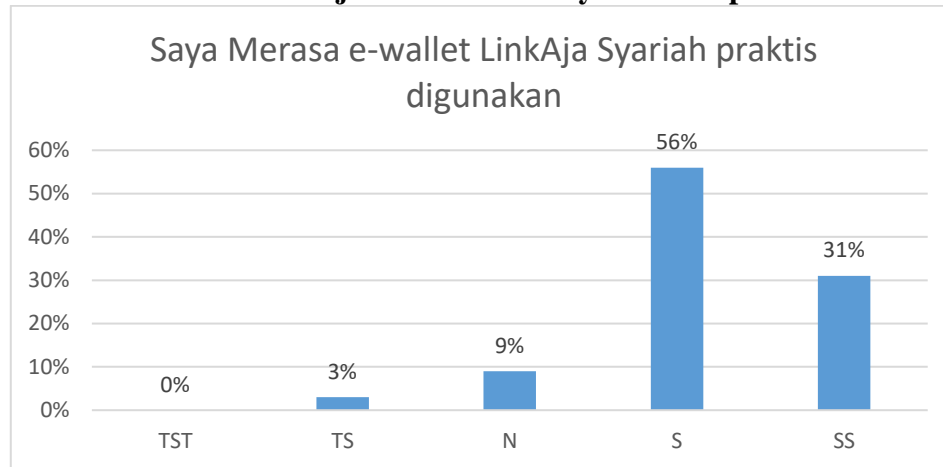
Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Gambar 4.5
Hasil Uji Kuesioner Pernyataan Responden



Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Gambar 4.6
Hasil Uji Kuesioner Pernyataan Responden



Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Berdasarkan diagram diatas dijelaskan bahwa terdapat 61% masyarakat yang tidak merasakan adanya kesulitan jika bertransaksi menggunakan LinkAja Syariah. Didukung juga dengan 60% masyarakat yang merasa jika bertransaksi menggunakan LinkAja Syariah dapat mudah dipahami dan digunakan. Lalu terdapat 56% masyarakat yang merasa jika LinkAja Syariah praktis untuk digunakan.

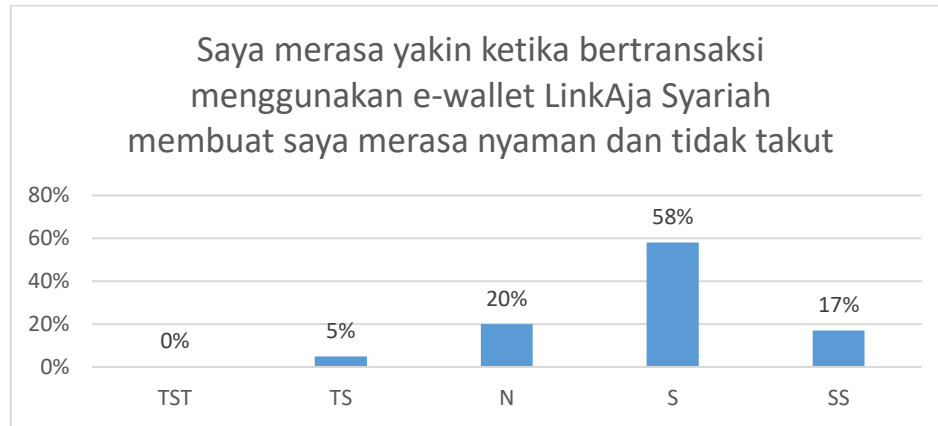
Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Humaidi et al. (2022) yang menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan pengguna memiliki berpengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Azzahra & Supriyadi (2022) menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

4.3.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* LinkAja Syariah

Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa variabel persepsi kepercayaan (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah. Hal ini dapat dilihat melalui hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $0,991 < 1,985$ dan signifikansi sebesar $0,324 > 0,05$. Sehingga H_3 yang menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah tidak diterima atau ditolak.

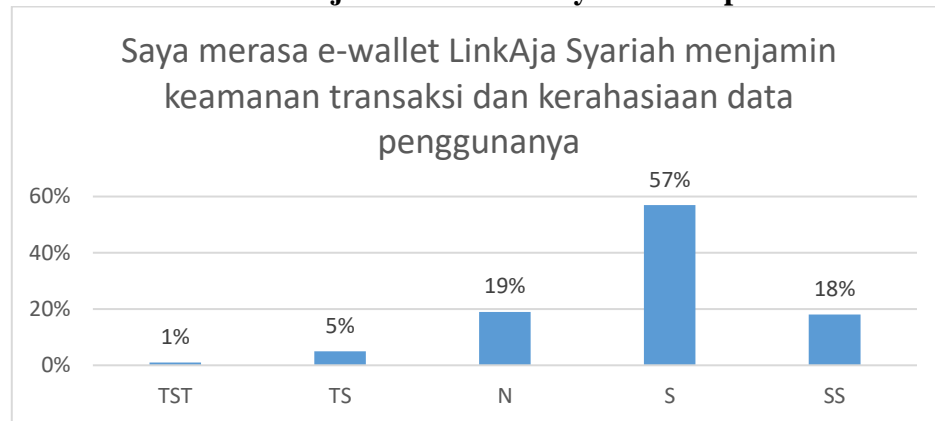
Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah disebabkan oleh beberapa aspek yaitu, bertransaksi makanan halal menggunakan LinkAja Syariah membuat masyarakat merasa bahwa kurang nyaman dan merasa takut, artinya mereka berpikir bahwa bisa saja terjadi kebocoran data pribadi mereka, kurangnya keamanan dalam bertransaksi, serta kurangnya kepercayaan dalam hal penyimpanan dana yang akan pada LinkAja Syariah jasa pelayanan kurang sesuai dengan apa yang dijanjikan. Hal ini dapat dilihat melalui diagram berikut:

Gambar 4.7
Hasil Uji Kuesioner Pernyataan Responden



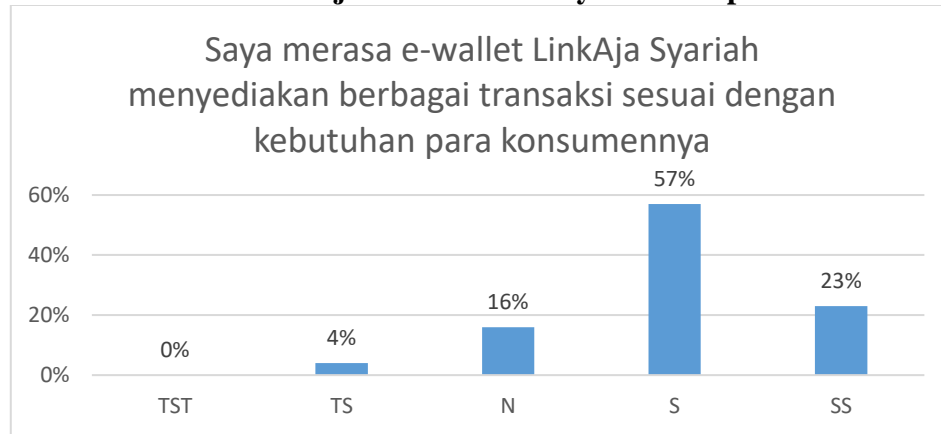
Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Gambar 4.8
Hasil Uji Kuesioner Pernyataan Responden



Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Gambar 4.9
Hasil Uji Kuesioner Pernyataan Responden



Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Berdasarkan diagram diatas diketahui bahwa terdapat 5% masyarakat yang merasa tidak yakin jika bertransaksi menggunakan LinkAja Syariah karena membuat tidak nyaman dan merasa takut. Terdapat 5% masyarakat juga merasa bahwa jika menggunakan LinkAja Syariah tidak terjamin keamanannya saat bertransaksi maupun dan merasa takut jika data pribadinya tersebar. Selain itu, terdapat 4% masyarakat yang beranggapan bahwa LinkAja Syariah tidak menyediakan transaksi yang sesuai dengan kebutuhan konsumennya.

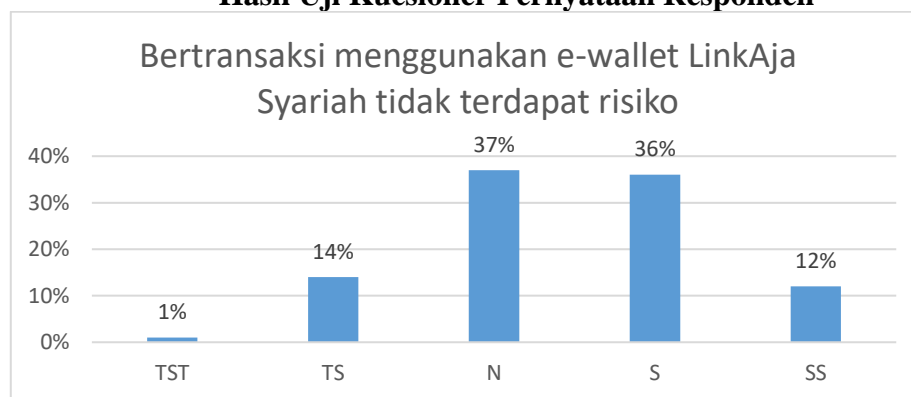
Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahma (2022) yang menunjukkan hasil bahwa persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Malonda et al. (2020) yang menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*.

4.3.4 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* LinkAja Syariah

Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa variabel persepsi risiko (X4) tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah. Dari hasil uji t diketahui bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $-0,288 < 1,985$ dan signifikansi sebesar $0,774 > 0,05$. Sehingga H_4 yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah tidak diterima atau ditolak.

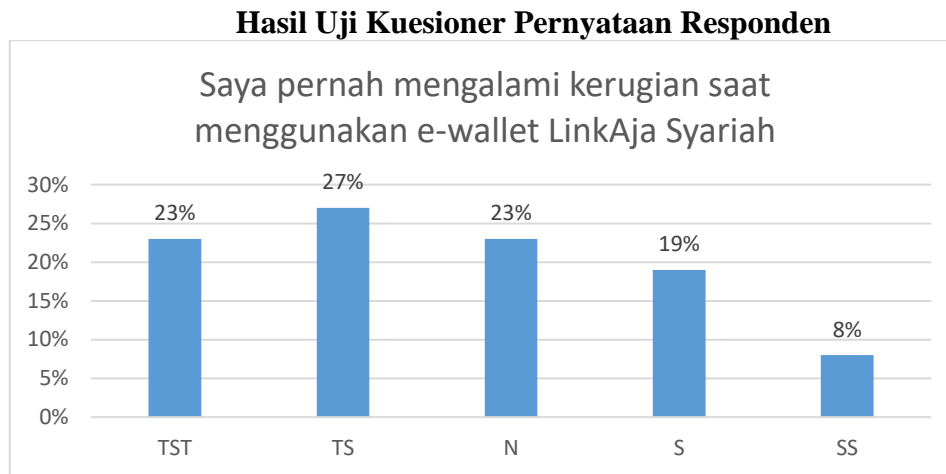
Hal ini dapat dilihat melalui diagram dibawah, bahwa sebagian besar responden beranggapan bahwa bertertansaksi menggunakan LinkAja Syariah mereka merasa bahwa tidak adanya risiko yang dialami saat melakukan transaksi baik dalam hal kerugian maupun risiko lainnya. Oleh karena itu dengan minimnya risiko yang didapat saat melakukan transaksi membuat seseorang memutuskan untuk menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah sebagai alat transaksi.

Gambar 4.10
Hasil Uji Kuesioner Pernyataan Responden

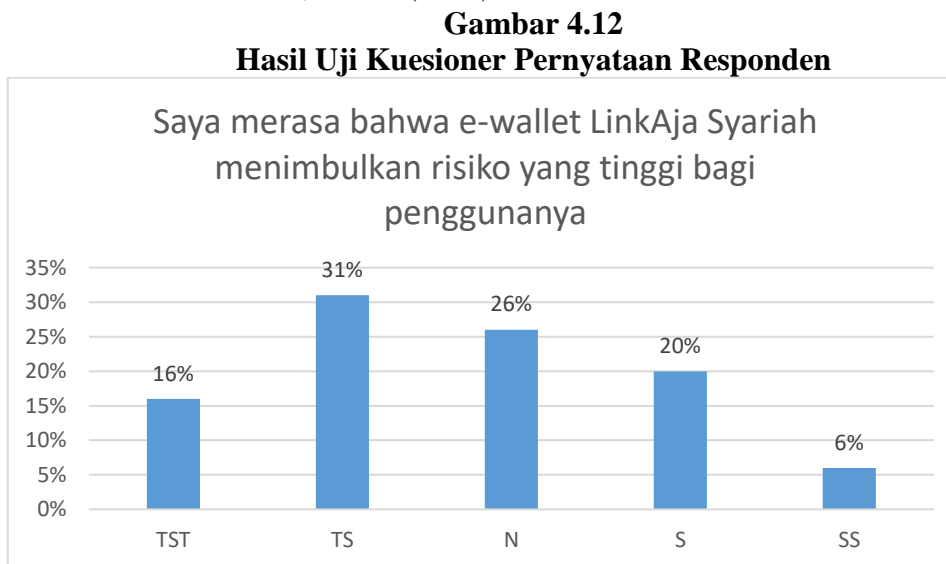


Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Gambar 4.11



Sumber: Data Primer, diolah (2023)



Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Dari diagram diatas dapat diketahui bahwa terdapat 36% masyarakat yang setuju jika bertransaksi menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah tidak terdapat risiko. Terdapat 27% masyarakat yang beranggapan bahwa jika tidak mengalami kerugian saat bereansaksi menggunakan LinkAja Syariah. Terdapat 31% masyarakat yang beranggapan bahwa jika bertransaksi menggunakan LinkAja Syariah tidak

menimbulkan risiko yang tinggi bagi penggunaannya. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Savitri & Purwanti (2022) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Harseno (2021) menjelaskan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Dari hasil pengujian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat di wilayah Solo Raya beranggapan bahwa dengan adanya metode pembayaran menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah membuat mereka merasa metode pembayaran ini tidak merugikan.

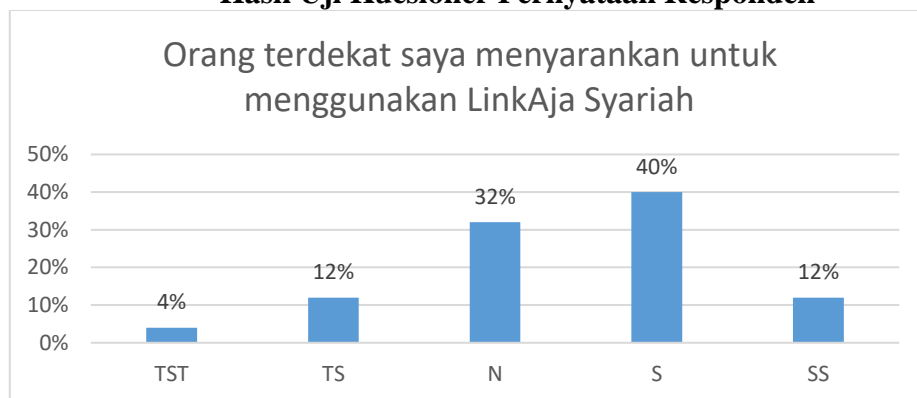
4.3.5 Pengaruh Persepsi Norma Subjektif Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet LinkAja Syariah

Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa variabel norma subjektif (X5) tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah. Dari hasil uji t diketahui bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $1,201 < 1,985$ dan signifikansi sebesar $0,223 > 0,05$. Sehingga H_5 yang menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah tidak diterima atau ditolak.

Norma subjektif tidak berpengaruh disebabkan karena tidak adanya keyakinan normatif, kurangnya rekomendasi dari orang terdekat dan orang yang dianggap penting pendapatnya bagi responden sehingga menyebabkan norma subjektif yang dirasakan

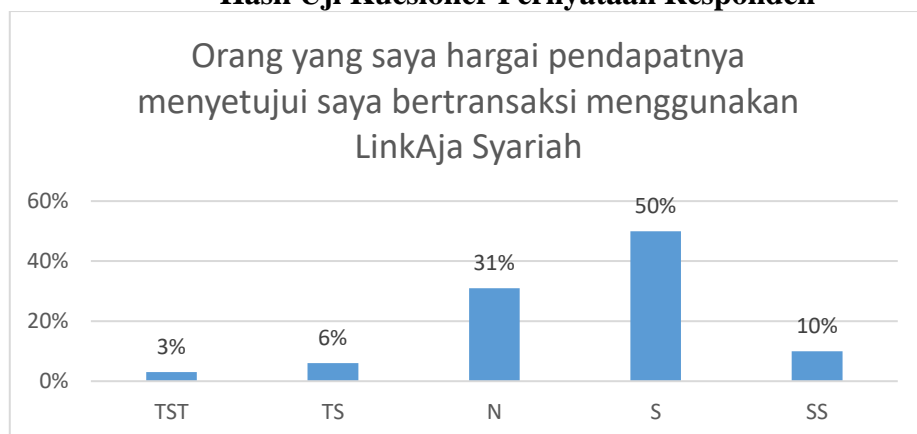
oleh respon menurun, maka keputusan untuk bertransaksi menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah juga berkurang. Jadi semakin rendah dorongan norma subjektif yang dirasakan oleh pengguna maka semakin rendah pula niat transaksi yang ditunjukkan pengguna dalam bertransaksi menggunakan LinkAja Syariah. Hal ini dapat dilihat melalui diagram berikut :

Gambar 4.13
Hasil Uji Kuesioner Pernyataan Responden



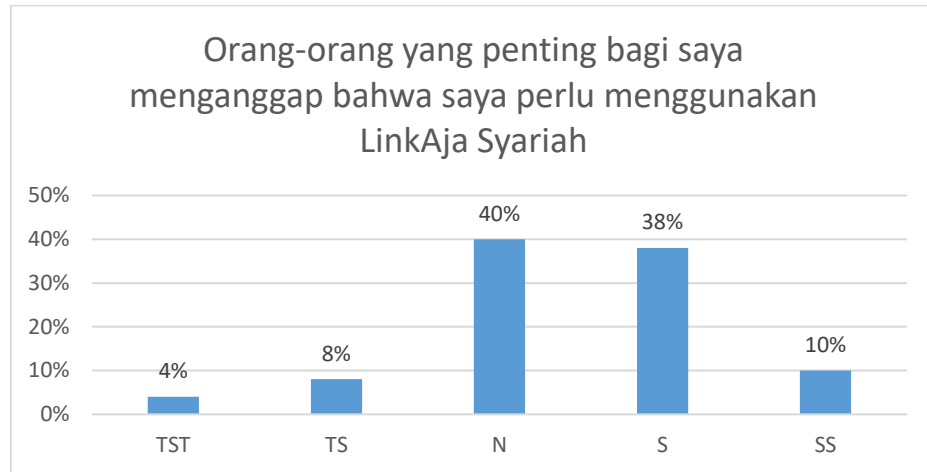
Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Gambar 4.14
Hasil Uji Kuesioner Pernyataan Responden



Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Gambar 4.15
Hasil Uji Kuesioner Pernyataan Responden



Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Berdasarkan diagram diatas dapat dijelaskan bahwa terdapat 12% masyarakat yang beranggapan bahwa orang terdekat pengguna tidak menyarankan untuk menggunakan LinkAja Syariah. Terdapat 6% masyarakat yang beranggapan bahwa tidak terdapat persetujuan dari orang terdekat untuk menggunakan LinkAja Syariah. Lalu terdapat 8% masyarakat yang beranggapan jika orang-orang penting bagi pengguna tidak mendukung untuk menggunakan LinkAja Syariah.

Sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Irawan & Hurriyati (2021) yang dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi digital. Sama halnya dengan penelitian Pinasthika et al. (2021) yang dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap transaksi secara digital.

4.3.6 Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Risiko dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* LinkAja Syariah

Berdasarkan pada tabel output diatas, diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $33,698 > 2.31$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, risiko dan norma subjektif berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.

Artinya apabila seseorang percaya bahwa menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah memberikan manfaat, memudahkan dalam bertransaksi penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah juga mempertimbangkan pendapat dari orang sekitarnya serta tingkat risiko yang akan diterima dalam penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah. Maka akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk bertransaksi menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Marra & Mujilan (2021) menunjukkan hasil bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi. Selain itu pada penelitian Dharmawan et al., (2021) sikap, norma subjektif dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi fintech sebagai alat transaksi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah pada pembelian makanan halal di Solo Raya.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah pada pembelian makanan halal di Solo Raya.
3. Persepsi kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah pada pembelian makanan halal di Solo Raya.
4. Persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah pada pembelian makanan halal di Solo Raya.
5. Norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah pada pembelian makanan halal di Solo Raya.
6. Persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, risiko dan norma subjektif berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah pada pembelian makanan halal di Solo Raya.

5.2 Saran

Penelitian tersebut sudah disusun dengan baik oleh peneliti, tetapi dalam hasil yang disampaikan masih ada kekurangan dalam pengerjaan penelitian, maka dari itu saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Diharapkan untuk penelitian berikutnya bisa meneliti hal yang serupa namun dengan variabel lain yang mungkin berpotensi untuk mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah.
2. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas wilayah penelitian tidak hanya pada responden di Solo Raya akan tetapi di daerah lain yang berada di Indonesia.
3. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah sampel yang digunakan karena pada penelitian ini hanya mencakup 100 responden.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan teknik analisis data lain sebagai referensi untuk studi selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna i-Saku di Indomaret. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(02), 473–478.
- Amalia, S. N. A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology (Fintech) Syariah (Paytren) Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran *Iqtishaduna*, 41(1), 64–79. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/687>
- Aprilia, L., & Wibowo, L. A. (2016). Pengaruh Faktor Individu Dan Sosial Terhadap (Survei pada Pengguna Aplikasi Mobile Messaging di Kota Bandung) Keputusan Menggunakan. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 205–215. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2289>
- Ariningsih, E. P., Wijayanti, W., & Prasaja, M. G. (2022). Intention to Use E-wallet Dilihat dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 227. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.916>
- Azzahra, S., & Supriyadi, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Sebagai Sistem Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa di Jakarta). 3.
- Boonlertvanich, K. (2009). Consumer Buying and Decision Making Behavior of a Digital Camera in Thailand. *RU International Journal*, 3(1), 57–66.
- Davis, F. D. (1989). Delle vicende dell'agricoltura in Italia; studio e note di C. Bertagnolli. *Delle Vicende Dell'agricoltura in Italia; Studio e Note Di C. Bertagnolli.*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Dewi, N. M. A. P., & Warmika, I. G. K. (2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap niat menggunakan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 2606–2636. <https://media.neliti.com/media/publications/251442-peran-persepsi-kemudahan-penggunaan-pers-198c6e75.pdf>
- Dharmawan, B., Yanto, M., & Vidyasari, R. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Fintech. *Account*, 8, 1437–1445. <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3876>
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan

Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Ecodemica*, 4, 200–210.

Foster, B., Hurriyati, R., & Johansyah, M. D. (2022). The Effect of Product Knowledge, Perceived Benefits, and Perceptions of Risk on Indonesian Student Decisions to Use E-Wallets for Warunk Upnormal. *Sustainability*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/su14116475>

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS* (Edisi 7). Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.

Gu, J. C., Lee, S. C., & Suh, Y. H. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile banking. *Expert Systems with Applications*, 36(9), 11605–11616. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2009.03.024>

Harseno, D. F. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-Wallet Di Indonesia. In *Program Studi Magister Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada Yogyakarta*. <https://journal.ugm.ac.id/abis/article/view/70384>

Hoyer, & Macinnis. (2010). *Consumer Behavior 5th edition*. USA: South-Western.

Humaidi, H., Utomo, S., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1), 23. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13133>

Iisnawati, Nailis, W., & Yunita, D. (2021). Persepsi Resiko dan Kepercayaan Konsumen dalam Menggunakan E-Wallet Non Bank di Palembang. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 18(2), 18–30.

Indriastuti, M., & Wicaksono, R. H. (2014). Influencers E-Money in Banking Sector. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 4(2), 10–17.

Irawan, R. L., & Hurriyati, R. (2021). The Effects of Subjective Norm on the Intention to Use of the Online Shopping Customers in Bandung. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 187(Gcbme 2020), 367–370. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.072>

Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(1), 55–66. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol15.iss1.art5>

- Jobber, David, & Lancaster, G. (2010). *Selling and Sales Management* (8th Editio). England: Prentice Hall.
- Komiak, S. X., & Benbasat, I. (2003). Understanding Customer Trust in Agent-Mediated Electronic Commerce, Web-Mediated Electronic Commerce, and Traditional Commerce. *Information Technology and Management*, 5(1/2), 181–207. <https://doi.org/10.1023/b:item.0000008081.55563.d4>
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1 da). Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>
- Malonda, R. C., Tulung, J. E., & Arie, F. F. (2020). The Effect of Technology Acceptance Model, Perceived Trust, Security, and Attitude Toward OVO Usage. *EMBA*, 8(1), 401–410.
- Marra, S., & Mujilan. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO sebagai Alat Pembayaran E-Money. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 09, 27–37.
- Meliana, V. (2021). Analisis Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Esa Unggul*, 9(1), 1–7.
- Melrose, J., Perroy, R., & Careas, S. (2015). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model1 By: *Statewide Agricultural Land Use Baseline 2015*, 1(1), 51–90.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 1–9.
- Nurohman, Y. A., Qurniawati, R. S., & Azhar, F. A. (2022). Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Masa Pandemi Covid 19: Studi Masyarakat Muslim Solo Raya). *Among Makarti*, 15(2), 260–275. <https://doi.org/10.52353/ama.v15i2.333>
- Nurzanita, R., & Marlana, N. (2020). Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.

AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 17(2), 277–288.

- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Pinasthika, D. G., Suroso, A., & Wulandari, S. Z. (2021). the Analysis of Intention To Buy: an Extended Theory of Planned Behavior. *Journal of Management and Islamic Finance*, 1(1), 91–109. <https://doi.org/10.22515/jmif.v1i1.3559>
- Rafiq, M. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Pada Merek Terhadap Loyalitas. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 2001–2003.
- Rahma, S. (2022). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko, dan Kepercayaan dalam Menggunkan E-Wallet (electronic wallet) di Yogyakarta (Studi Kasus: Pengguna E-Wallet ShopeePay di Yogyakarta)* (Issue 8.5.2017).
- Ramdhani, N. (2011). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis. *Buletin Psikologi*, 19(2), 55–69.
- Razati, G. (2008). Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pengguna Kartu Kredit BNI (Survei Pada Dosen FPIPS UPI Pengguna Kartu kredit BNI'46). *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 8(2), 16. <https://doi.org/10.17509/strategic.v8i2.1017>
- Rizaldi, M. A., Fathoni, M. A., & Yetty, F. (2021). Faktor Determinasi Minat Penggunaan Layanan Linkaja Syariah Pada Masyarakat Jabodetabek. *Journal of Sharia Economics*, 2(2), 120–140. <https://doi.org/10.22373/jose.v2i2.1307>
- Saeroji, A., Maskur, A., & Tjahjaningsih, E. (2015). Pengaruh Norma Subjektif dan Kontrol Prilaku Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Pinjam KUR Mikro (Studi Pada Nasabah BRI di Pati). *Kajian Multi Disiplin Ilmu Untuk Mewujudkan Poros Maritim Dalam Pembangunan Ekonomi Berbasis Kesejahteraan Rakyat*, i, 1–15.
- Savitri, A., & Purwanti, I. (2022). Pengaruh Kepercayaan , Manfaat dan Risiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan). *Sahmiyya*, 1, 194–201.
- Setiaji. (2004). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: An empirical

- investigation. *International Journal of Information Management*, 44(July 2018), 65–75. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.013>
- Simanjorang, E. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking PT. Bank Mestika Rantauprapat. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 3, 78–92. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v3i1.693>
- Sinaga, R. P. H., Tobing, P. R., & Larasati, N. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use dan Perceived Enjoyment Terhadap Usage Decision Konsumen Pada Shopee Tanam. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(4), 509–524.
- Sugara, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen “Z”). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 52(1), 8–15. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2150/2542>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno. (2010). *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Suhir, M., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website Www.Kaskus.Co.Id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 1–10.
- Sukis Warningsih, N. M. (2021). Determining Factors of Digital Wallet Usage. *Jurnal Manajemen*, 25(2), 271. <https://doi.org/10.24912/jm.v25i2.740>
- Syaefullah, H. F. (2014). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking Hadyan. *Jurnal*, 1–18(Universitas Brawijaya), 1–18.
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Understanding information technology usage. In *Information Systems Research* (Vol. 6, Issue 2, pp. 144–176). <https://www.jstor.org/stable/23011007>
- Tirtana, I., & Sari, P. S. (2014). Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS*, 25,

671–688. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/4589>

- Tumewu, F. J. (2022). M. A. H. Pontoh ., F. G . Worang., F. J. Tumewu. The Influence Of Perceived Ease Of Use, Perceived Risk and Consumer Trust Towards Merchant Intention In Using Qris As A Digital Payment Method. *EMBA*, *10*(3), 904–913.
- Tyas, E. I., & Darma, E. S. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, *1*(1), 25–35. <https://doi.org/10.18196/rab.010103>
- Ulansari, L. P. E., & Yudiantara, I. G. A. P. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, *11*(1), 29–44. <https://doi.org/10.33558/jrak.v8i1.803>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). A model of the antecedents of perceived ease of use: Development and test. *Decision Sciences*, *27*(3), 451–481. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1996.tb00860.x>
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, *6*(4), 1–7.

Lampiran 1
Jadwal Penelitian

No	Bulan	September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penulisan Proposal					X	X	X																					
2	Konsultasi				X	X	X	X				X								X	X								
3	Revisi Proposal											X	X	X	X														
4	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal							X																					
5	Ujian Seminar Proposal									X																			
6	Pengumpulan Data											X	X	X	X	X	X												
7	Analisis Data																	X	X	X									
8	Penulisan Akhir Skripsi																	X	X	X	X	X							

Lampiran 2

Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya Eka Risma Kusumawardani, mahasiswi jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta saat ini sedang melakukan penelitian guna penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Risiko dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* LinkAja Syariah (Studi pada Transaksi Makanan Halal di Solo Raya)”**. Maka dari itu, peneliti memohon bantuan bapak/ibu/saudara agar bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. Segala informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan saya dan akan dijaga kerahasiaannya.

Atas perhatian dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

I. Data Responden

Petunjuk :

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan berikut ini dengan memberikan tanda ceklis (✓)

1. Nama Responden :.....
2. Alamat Domisili :.....
3. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
4. Usia : a. <17 d. 41- 55 tahun

- b. 18 – 30 tahun e. > 55 tahun
- c. 31 – 40 tahun
5. Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa c. PNS
- b. Karyawan Swasta d. Lain-lain
6. Pendapatan : a. < Rp. 2.000.000
- b. Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
- c. Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000
- d. Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000
- e. > Rp. 5.000.000
7. Banyak Transaksi LinkAja Syariah
- 1 Kali >5 Kali
- 2-4 Kali

II. Pernyataan Kuesioner

Petunjuk :

Isilah semua pertanyaan dalam kuesioner sesuai dengan kenyataan, dengan cara memberi tanda ceklis (✓) pada kotak pilihan yang sudah tersedia!

1. SS : Sangat Setuju (5)
2. S : Setuju (4)
3. N : Netral (3)
4. TS : Tidak Setuju (2)

5. STS : Sangat Tidak Setuju (1)

A. Keputusan Penggunaan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Sistem yang mudah dipahami membuat saya menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah					
2.	Saya dapat dengan mudah mencari informasi mengenai <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah					
3.	<i>E-wallet</i> LinkAja Syariah memberikan alternatif pembayaran yang saya butuhkan					
4.	Saya memutuskan menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah sebaga salah satu aplikasi transaksi yang saya gunakan					
5.	Saya merasa puas setelah menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah					

B. Persepsi Manfaat

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Transaksi menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah tidak membutuhkan waktu yang lama					
2.	Menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah dapat menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat dan mudah					
3.	Menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah menghemat waktu dalam melakukan transaksi					

4.	<i>E-wallet</i> LinkAja Syariah mampu meningkatkan efektivitas kerja saya dalam melakukan transaksi					
5.	Kinerja saya meningkat dengan adanya <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah					
6.	<i>E-wallet</i> LinkAja Syariah dapat memberikan manfaat bagi kehidupan sehari-hari saya					

C. Persepsi Kemudahan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mudah mengerti sistem kerja <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah					
2.	Saya merasa tidak kesulitan saat menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah					
3.	Saya merasa <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah mudah digunakan dan dipahami					
4.	Saya merasa <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah praktis untuk digunakan					
5.	Saya merasa trampil saat bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah					
6.	Saya merasa <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah mudah digunakan kapan saja					

D. Persepsi Kepercayaan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa yakin ketika bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah					

	membuat saya nyaman dan tidak takut					
2.	Saya merasa <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah menjamin keamanan transaksi dan kerahasiaan data penggunaannya					
3.	Saya percaya <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah menyediakan berbagai jenis transaksi sesuai dengan kebutuhan para konsumennya					
4.	Saya percaya <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah telah memberikan jasa pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan					

E. Persepsi Risiko

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah tidak terdapat risiko					
2.	Saya pernah mengalami kerugian saat menggunakan aplikasi LinkAja Syariah					
3.	Saya merasa bahwa aplikasi LinkAja Syariah menimbulkan risiko yang tinggi bagi penggunaannya					

F. Norma Subjektif

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Orang terdekat saya menyarankan untuk menggunakan LinkAja Syariah					

2.	Orang yang saya hargai pendapatnya menyetujui saya bertansaksi menggunakan LinkAja Syariah					
3.	Orang-orang yang penting bagi saya menganggap bahwa saya perlu menggunakan LinkAja Syariah					

Lampiran 3

Tabulasi Data Persepsi Manfaat (X1)

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
1	5	5	5	4	4	5	28
2	4	5	5	4	5	5	28
3	5	5	5	5	1	5	26
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	5	4	4	26
6	4	4	4	4	4	4	24
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	4	5	29
9	4	5	5	4	4	4	26
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	4	4	4	4	24
12	4	5	5	5	3	3	25
13	4	4	4	4	5	5	26
14	4	4	4	4	4	4	24
15	3	4	4	3	3	3	20
16	3	3	4	4	3	3	20
17	4	4	4	4	3	3	22
18	3	3	3	3	3	3	18
19	3	3	3	3	3	2	17
20	3	3	3	3	3	3	18
21	4	4	4	4	4	4	24
22	3	3	4	4	2	3	19
23	4	4	5	5	5	5	28
24	5	5	5	5	4	4	28
25	5	5	5	4	3	4	26
26	5	4	4	4	3	3	23
27	4	3	4	4	3	4	22
28	4	3	4	3	3	3	20
29	3	4	4	3	3	3	20
30	4	5	5	4	3	4	25
31	4	4	5	4	5	4	26
32	5	5	5	5	4	5	29

33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	5	5	5	5	4	28
35	4	5	5	5	4	4	27
36	5	5	5	4	4	5	28
37	4	5	5	4	4	3	25
38	2	5	5	5	5	4	26
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	5	4	3	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	4	3	4	23
43	5	4	4	4	5	4	26
44	5	5	5	5	4	4	28
45	2	3	2	2	2	2	13
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	24
49	5	4	4	4	4	4	25
50	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	5	5	5	4	29
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	4	4	3	4	23
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	4	5	5	26
57	4	4	4	4	4	4	24
58	5	5	4	4	4	4	26
59	4	3	4	5	5	5	26
60	5	5	5	5	4	4	28
61	4	5	4	4	4	5	26
62	3	4	4	3	3	3	20
63	3	4	4	4	3	3	21
64	4	3	3	4	3	4	21
65	5	5	5	5	4	5	29
66	4	3	3	3	3	4	20
67	5	5	5	5	5	5	30
68	5	5	3	3	2	3	21

69	4	4	3	3	5	5	24
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	4	4	3	3	22
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	3	3	3	4	21
74	4	4	4	4	4	4	24
75	5	5	5	4	3	4	26
76	4	4	3	3	3	3	20
77	4	4	4	4	3	3	22
78	4	1	3	3	3	5	19
79	5	5	4	4	3	3	24
80	4	5	5	5	5	5	29
81	4	4	4	3	2	3	20
82	3	3	3	3	2	3	17
83	5	5	5	5	4	4	28
84	5	5	5	5	4	5	29
85	4	4	4	4	4	4	24
86	2	4	4	4	4	5	23
87	4	4	3	4	3	3	21
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	4	4	4	24
91	5	5	5	5	4	5	29
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	4	4	4	24
94	5	4	3	3	3	3	21
95	5	5	4	4	4	5	27
96	4	4	4	4	3	3	22
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	4	4	4	4	4	24
99	4	5	5	5	4	4	27
100	5	5	5	5	4	4	28

Tabulasi data Persepsi Kemudahan (X2) dan Persepsi Kepercayaan (X3)

No.	PERSEPSI KEMUDAHAN						TOTAL L	PERSEPSI KEPERCAYAAN				TOTAL L
	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6		X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	
1	4	4	5	4	4	5	26	5	4	4	4	17
2	4	5	4	4	4	5	26	5	4	4	5	18
3	5	1	5	5	5	5	26	4	5	5	5	19
4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
5	4	5	5	5	4	5	28	5	5	5	4	19
6	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
7	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	5	18
8	5	5	5	5	3	5	28	4	4	5	4	17
9	3	4	3	4	4	3	21	3	3	3	3	12
10	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	4	5	25	3	3	3	4	13
12	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	16
13	5	5	5	5	5	5	30	5	1	3	3	12
14	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
15	2	4	4	4	2	4	20	4	5	5	5	19
16	3	3	4	3	3	3	19	3	3	4	4	14
17	3	3	3	3	4	4	20	3	3	3	3	12
18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12
19	2	2	2	2	2	3	13	2	2	2	2	8
20	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12
21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
22	3	3	4	2	2	3	17	3	3	2	3	11
23	4	4	5	5	5	5	28	4	4	5	4	17
24	5	4	4	5	5	5	28	5	5	5	4	19
25	3	4	3	5	3	4	22	4	3	4	4	15
26	3	4	4	4	4	4	23	3	3	3	4	13
27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	4	3	23	3	4	4	3	14
29	3	3	4	3	3	3	19	3	3	4	3	13
30	4	5	4	4	5	5	27	5	5	5	5	20
31	5	4	5	5	5	4	28	4	4	5	4	17

32	4	4	5	5	4	5	27	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	4	5	25	4	4	5	5	18
35	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	4	5	25	5	4	4	4	17
37	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	5	20
38	4	5	5	4	4	5	27	3	3	4	4	14
39	4	4	4	4	2	4	22	4	4	4	4	16
40	5	4	4	5	4	5	27	4	4	5	4	17
41	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
42	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
43	4	5	4	3	3	5	24	4	4	3	3	14
44	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	18
45	2	3	3	2	3	2	15	2	2	2	3	9
46	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
48	4	4	4	5	3	4	24	4	5	5	5	19
49	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
50	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
51	4	4	5	5	4	4	26	5	4	4	4	17
52	4	4	4	4	3	4	23	4	4	5	5	18
53	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
54	3	3	3	4	4	4	21	3	3	3	3	12
55	5	4	5	4	4	4	26	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
58	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	16
59	5	5	5	4	4	4	27	4	4	5	5	18
60	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	19
61	4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	3	15
62	5	4	4	4	2	3	22	2	5	2	4	13
63	3	4	4	4	4	4	23	3	4	4	3	14
64	5	4	4	3	3	4	23	3	3	4	4	14
65	4	5	5	5	5	5	29	4	4	5	5	18
66	3	2	3	3	4	4	19	3	3	4	3	13
67	4	4	4	5	4	5	26	4	4	4	4	16

68	5	4	4	4	3	2	22	2	2	3	4	11
69	4	5	5	5	4	3	26	2	4	3	5	14
70	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
71	3	2	3	4	4	4	20	4	4	4	4	16
72	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	15
73	4	5	4	4	5	4	26	3	4	4	5	16
74	3	3	4	4	4	4	22	4	4	4	4	16
75	2	4	4	4	5	5	24	4	5	5	5	19
76	3	2	3	5	3	4	20	4	3	4	3	14
77	4	4	5	4	4	4	25	3	3	3	3	12
78	3	5	4	4	4	5	25	3	2	3	5	13
79	4	4	5	5	3	5	26	4	4	4	5	17
80	5	4	5	5	5	5	29	5	5	4	5	19
81	4	3	3	3	4	3	20	4	2	3	4	13
82	5	5	4	4	4	4	26	3	3	3	3	12
83	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	16
84	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
85	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	4	16
86	4	3	3	4	3	4	21	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
88	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	3	5	24	4	4	4	4	16
90	3	4	4	4	3	4	22	3	3	4	4	14
91	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	20
92	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	20
93	4	4	4	5	5	4	26	4	5	4	5	18
94	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	17
95	5	5	5	5	4	5	29	4	4	4	4	16
96	4	3	4	4	3	4	22	4	4	3	4	15
97	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
98	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
99	5	4	4	4	4	5	26	4	4	4	4	16
100	5	4	5	5	4	5	28	4	4	4	4	16

Tabulasi Data Persepsi Risiko (X4) dan Norma Subjektif (X5)

No.	PERSEPSI RISIKO			TOTAL	NORMA SUBJEKTIF			TOTAL
	X4.1	X4.2	X4.3		X5.1	X5.2	X5.3	
1	5	1	1	7	5	5	5	15
2	5	4	5	14	5	5	4	14
3	2	1	2	5	5	1	1	7
4	3	2	2	7	3	3	3	9
5	4	1	2	7	3	3	4	10
6	4	4	4	12	4	4	4	12
7	4	4	4	12	4	4	4	12
8	4	1	1	6	4	5	5	14
9	3	4	3	10	1	4	3	8
10	4	1	4	9	3	4	3	10
11	3	2	2	7	3	4	3	10
12	4	1	2	7	3	3	3	9
13	5	5	5	15	5	5	5	15
14	4	4	4	12	4	4	4	12
15	2	4	1	7	5	5	4	14
16	4	3	3	10	3	3	4	10
17	3	3	3	9	3	3	3	9
18	3	2	2	7	2	2	2	6
19	2	2	2	6	3	3	3	9
20	3	3	3	9	3	3	3	9
21	3	2	2	7	3	3	3	9
22	3	2	2	7	3	4	3	10
23	3	3	3	9	4	4	4	12
24	4	3	3	10	4	5	5	14
25	3	1	1	5	2	3	3	8
26	2	3	3	8	3	3	3	9
27	4	4	4	12	4	4	4	12
28	3	2	2	7	3	3	3	9
29	3	3	3	9	4	3	3	10
30	5	5	5	15	4	4	4	12
31	5	5	4	14	5	4	4	13
32	4	2	2	8	3	3	3	9

33	3	3	3	9	3	3	3	9
34	5	5	5	15	5	5	5	15
35	3	3	2	8	4	3	3	10
36	4	2	2	8	4	4	4	12
37	3	1	2	6	3	3	3	9
38	2	1	1	4	3	3	3	9
39	4	4	4	12	2	4	4	10
40	2	2	2	6	2	4	3	9
41	4	4	4	12	4	4	4	12
42	3	3	3	9	3	3	3	9
43	3	2	2	7	3	3	4	10
44	2	3	1	6	3	4	2	9
45	4	4	4	12	4	3	3	10
46	4	4	4	12	4	4	3	11
47	4	4	4	12	4	4	4	12
48	3	3	3	9	3	4	3	10
49	3	2	2	7	3	4	3	10
50	5	5	5	15	5	5	5	15
51	4	3	3	10	4	4	4	12
52	3	2	3	8	4	4	4	12
53	5	5	5	15	5	5	5	15
54	3	4	3	10	4	4	4	12
55	4	3	2	9	4	4	4	12
56	4	2	1	7	4	4	5	13
57	3	2	1	6	5	3	3	11
58	4	2	2	8	4	4	4	12
59	4	5	1	10	4	4	4	12
60	5	1	1	7	1	1	1	3
61	4	3	4	11	3	4	3	10
62	2	1	3	6	2	3	2	7
63	3	2	3	8	2	3	3	8
64	3	2	2	7	3	3	3	9
65	4	1	1	6	4	4	4	12
66	4	1	1	6	2	3	2	7
67	4	3	2	9	4	4	4	12
68	1	3	2	6	1	2	3	6

69	4	4	4	12	4	4	4	12
70	3	2	3	8	4	4	4	12
71	2	3	3	8	2	2	3	7
72	3	3	3	9	3	4	4	11
73	3	2	2	7	4	3	3	10
74	4	4	4	12	4	4	4	12
75	2	1	4	7	3	4	3	10
76	3	1	3	7	4	3	4	11
77	3	3	3	9	2	3	3	8
78	5	1	4	10	2	1	1	4
79	3	2	2	7	3	3	3	9
80	5	4	2	11	5	5	5	15
81	4	3	3	10	1	2	1	4
82	2	3	3	8	2	3	2	7
83	4	1	2	7	4	4	4	12
84	2	1	1	4	2	2	2	6
85	3	4	4	11	4	4	4	12
86	3	2	2	7	4	4	3	11
87	3	1	1	5	4	4	4	12
88	4	2	2	8	4	4	3	11
89	3	1	1	5	3	4	3	10
90	2	2	2	6	4	4	4	12
91	4	1	1	6	3	3	3	9
92	5	1	2	8	3	4	4	11
93	4	5	4	13	5	4	5	14
94	2	2	3	7	3	4	3	10
95	3	2	3	8	4	4	2	10
96	3	2	2	7	3	2	2	7
97	3	3	3	9	4	4	4	12
98	4	4	2	10	4	4	4	12
99	4	4	1	9	4	4	4	12
100	4	1	1	6	4	4	4	12

Tabulasi Data Keputusan Penggunaan (Y)

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL
1	5	5	5	5	5	25
2	5	4	4	5	5	23
3	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	4	22
6	4	4	4	4	4	20
7	5	5	5	5	5	25
8	5	4	5	5	5	24
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	3	3	18
12	5	3	4	4	4	20
13	5	5	5	5	5	25
14	4	4	4	4	4	20
15	4	3	4	2	2	15
16	4	3	3	4	4	18
17	3	3	3	3	3	15
18	3	3	3	3	3	15
19	3	3	3	3	3	15
20	3	3	3	3	3	15
21	4	4	4	4	4	20
22	3	3	4	4	3	17
23	4	5	5	4	4	22
24	5	4	5	5	5	24
25	4	4	5	3	4	20
26	4	4	4	3	4	19
27	4	4	4	3	3	18
28	3	4	4	5	4	20
29	3	3	4	4	3	17
30	4	2	5	4	4	19
31	4	4	5	4	4	21
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	4	4	20

34	5	5	5	4	4	23
35	5	4	5	5	4	23
36	4	4	5	5	4	22
37	5	5	5	4	3	22
38	3	3	4	3	4	17
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	3	3	18
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	3	19
43	4	4	5	4	5	22
44	4	4	4	4	4	20
45	2	3	2	2	3	12
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	3	4	4	19
50	5	5	5	5	5	25
51	5	4	4	4	4	21
52	5	5	5	5	4	24
53	5	5	5	5	5	25
54	4	3	4	3	4	18
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	5	5	4	22
57	4	4	4	4	3	19
58	4	4	4	4	4	20
59	4	5	5	4	4	22
60	5	5	5	5	5	25
61	4	5	3	4	4	20
62	5	4	5	4	3	21
63	4	4	4	3	3	18
64	4	3	4	3	3	17
65	5	4	4	5	5	23
66	3	3	4	3	4	17
67	4	4	4	4	4	20
68	4	3	5	2	4	18
69	4	4	4	4	5	21

70	4	4	4	4	4	20
71	4	3	3	3	4	17
72	4	5	4	3	4	20
73	4	4	3	4	3	18
74	4	4	4	4	4	20
75	4	5	5	4	4	22
76	3	4	5	3	4	19
77	5	4	3	3	3	18
78	4	3	2	3	4	16
79	4	4	5	4	3	20
80	5	5	5	5	5	25
81	4	4	3	2	3	16
82	5	5	5	4	3	22
83	5	4	5	5	5	24
84	5	5	5	5	5	25
85	4	4	4	4	4	20
86	5	4	4	5	4	22
87	5	5	4	3	4	21
88	4	4	4	4	4	20
89	4	5	4	4	4	21
90	4	4	4	4	4	20
91	5	4	5	4	5	23
92	4	4	5	4	4	21
93	5	5	5	5	5	25
94	4	4	4	4	4	20
95	4	5	5	4	5	23
96	4	4	4	3	3	18
97	4	4	4	4	4	20
98	5	4	4	4	4	21
99	5	4	4	4	4	21
100	5	4	4	4	5	22

Lampiran 4

Pengolahan Data

Uji Instrumen

Variabel X1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	MANFAAT
X1.1	Pearson Correlation	1	.549**	.458**	.470**	.230*	.438**	.673**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.022	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.549**	1	.738**	.605**	.342**	.356**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.458**	.738**	1	.816**	.458**	.492**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.470**	.605**	.816**	1	.527**	.530**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.230*	.342**	.458**	.527**	1	.621**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.022	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.438**	.356**	.492**	.530**	.621**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
MANFAAT	Pearson Correlation	.673**	.771**	.851**	.849**	.709**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	6

Variabel X2

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	KEMUDAHA N
X2.1	Pearson Correlation	1	.470**	.629**	.554**	.390**	.401**	.748**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.470**	1	.610**	.445**	.364**	.441**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.629**	.610**	1	.633**	.458**	.547**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.554**	.445**	.633**	1	.529**	.598**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.390**	.364**	.458**	.529**	1	.531**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.401**	.441**	.547**	.598**	.531**	1	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KEMUDAHA N	Pearson Correlation	.748**	.727**	.833**	.813**	.720**	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	6

Variabel X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	KEPERCAYAA N
X3.1	Pearson Correlation	1	.558**	.650**	.475**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.558**	1	.689**	.611**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.650**	.689**	1	.626**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.475**	.611**	.626**	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
KEPERCAYAAN	Pearson Correlation	.803**	.861**	.886**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	4

Variabel X4

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	RISIKO
X4.1	Pearson Correlation	1	.315**	.323**	.636**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.315**	1	.640**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.323**	.640**	1	.851**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100
RISIKO	Pearson Correlation	.636**	.862**	.851**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.698	3

Variabel X5

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	NORMA SUBJEKTIF
X5.1	Pearson Correlation	1	.619**	.659**	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.619**	1	.791**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.659**	.791**	1	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
NORMA SUBJEKTIF	Pearson Correlation	.863**	.894**	.914**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	3

Variabel Y

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	KEPUTUSAN PENGGUNA AN
Y.1	Pearson Correlation	1	.559**	.510**	.566**	.512**	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.559**	1	.507**	.528**	.440**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.510**	.507**	1	.535**	.467**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.566**	.528**	.535**	1	.658**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.512**	.440**	.467**	.658**	1	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
KEPUTUSAN PENGGUNAAN	Pearson Correlation	.788**	.763**	.767**	.844**	.782**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.848	5

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.65231105
Most Extreme Differences	Absolute		.115
	Positive		.115
	Negative		-.065
Test Statistic			.115
Asymp. Sig. (2-tailed)			.002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.137 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.128
		Upper Bound	.146

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.097	1.389		2.229	.028		
	MANFAAT	.346	.092	.418	3.755	.000	.308	3.251
	KEMUDAHAN	.262	.087	.318	3.028	.003	.345	2.902
	KEPERCAYAAN	.098	.099	.088	.991	.324	.481	2.078
	RISIKO	-.022	.075	-.021	-.288	.774	.735	1.361
	NORMA	.106	.088	.095	1.201	.233	.608	1.644
	SUBJEKTIF							

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNAAN

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.647	.944		1.746	.084
	MANFAAT	-.031	.063	-.090	-.497	.620
	KEMUDAHAN	.086	.059	.252	1.466	.146
	KEPERCAYAAN	-.079	.067	-.171	-1.177	.242
	RISIKO	-.032	.051	-.073	-.624	.534
	NORMA SUBJEKTIF	-.028	.060	-.060	-.464	.643

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNAAN

Uji Ketepatan Model

Uji Determinasi R^2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.642	.623	1.696

a. Predictors: (Constant), NORMA SUBJEKTIF, KEMUDAHAN, RISIKO, KEPERCAYAAN, MANFAAT

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	484.467	5	96.893	33.698	.000 ^b
	Residual	270.283	94	2.875		
	Total	754.750	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNAAN

b. Predictors: (Constant), NORMA SUBJEKTIF, KEMUDAHAN, RISIKO, KEPERCAYAAN, MANFAAT

Uji Hipotesis

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	3.097	1.389		2.229	.028
	MANFAAT	.346	.092	.418	3.755	.000
	KEMUDAHAN	.262	.087	.318	3.028	.003
	KEPERCAYAAN	.098	.099	.088	.991	.324
	RISIKO	-.022	.075	-.021	-.288	.774
	NORMA SUBJEKTIF	.106	.088	.095	1.201	.233

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNAAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	3.097	1.389		2.229	.028
	MANFAAT	.346	.092	.418	3.755	.000
	KEMUDAHAN	.262	.087	.318	3.028	.003
	KEPERCAYAAN	.098	.099	.088	.991	.324
	RISIKO	-.022	.075	-.021	-.288	.774
	NORMA SUBJEKTIF	.106	.088	.095	1.201	.233

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNAAN

Lampiran 5

R_{tabel} pada Uji Validitas

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

F_{tabel} pada Uji F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77

T_{tabel} pada Uji T

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Lampiran 6

Daftar Riwayat Hidup

BIODATA DIRI

DATA PRIBADI

Nama : Eka Risma Kusumawardani
Tempat/ Tanggal Lahir : Lamongan, 20 Juni 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jl. Anggrek RT 02/ RW 01, Simbatan, Sarirejo,
Lamongan, Jawa Timur
Nomor Telpon/ WA : 085731958355
Email : karismaw20@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MI Miftahul Ulum Simbatan : Tahun 2007-2013
2. SMP Negeri 2 Lamongan : Tahun 2013-2016
3. SMA Negeri 2 Lamongan : Tahun 2016-2019
4. UIN Raden Mas Said Surakarta : Tahun 2019-2023

Lampiran 7

Plagiasi

SKRIPSI EKA RISMA K.

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

15%

2

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

2%

3

Submitted to Politeknik Negeri Jakarta

Student Paper

1%

4

lib.unnes.ac.id

Internet Source

1%

5

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

<1%

6

Submitted to IAIN Pekalongan

Student Paper

<1%

7

Submitted to Universitas Nasional

Student Paper

<1%

8

Submitted to Universitas Muria Kudus

Student Paper

<1%

9

sinta.unud.ac.id

Internet Source

<1%

