

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN
APLIKASI LINKAJA SYARIAH 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**



**Oleh :
INTAN LENIA FEBRIANINGRUM
18.52.31.025**

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

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN
APLIKASI LINKAJA SYARIAH 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

Oleh :
INTAN LENIA FEBRIANINGRUM
NIM. 18.52.31.025

Surakarta, 31 Januari 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Mokhammad Zainal Anwar. SHL. MSI
NIP. 19801130 201503 1 003

SURAT PERYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini

NAMA : INTAN LENIA FEBRIANINGRUM

NIM : 18.52.31.025

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI LINKAJA SYARIAH DI SOLO RAYA)”**

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

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 30 Januari 2023



Intan Lenia Febrianingrum

SURAT PERYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini

NAMA : INTAN LENIA FEBRIANINGRUM

NIM : 18.52.31.025

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI LINKAJA SYARIAH DI SOLO RAYA”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data dari pengguna Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 30 Januari 2023



Intan Lenia Febrianingrum

Mokhammad Zainal Anwar, SHI, MSI
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Intan Lenia Febrianingrum

Kepada yang terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas
Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Intan Lenia Febrianingrum NIM:18.52.31.025 yang berjudul

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNAAN APLIKASI LINKAJA SYARIAH DI SOLO RAYA**

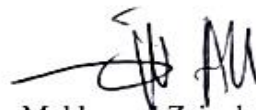
Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat

Demikian, atas dikabulkan permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 30 Januari 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Mokhammad Zainal Anwar. SHI. MSI

NIP. 19801130 201503 1 003

MOTTO

Sukses adalah guru yang buruk. Sukses menggoda orang yang tekun ke dalam pemikiran bahwa mereka tidak dapat gagal.

(Bill Gates)

Sistem Pendidikan yang bijaksana setidaknya mengajarkan kita betapa sedikitnya yang belum diketahui oleh manusia, seberapa banyak yang masih harus dipelajari.

(Sir Jhon Lubbock)

Lelahmu hari ini semoga menjadi jalanmu membentukmu menjadi manusia yang memberikan kebermanfaatan bagi banyak orang. Meskipun sekarang Nampak sia-sia, tenang saja Allah tidak akan membawamu melewati sebuah kesulitan jika bukan untuk menunjukkan sebuah keindahan dari lelahnya berjuang.

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa karya sederhana ini untuk:

1. Allah SWT, yang telah memberikan banyak sekali kenikmatan berupa nikmat kesehatan, nikmat iman, nikmat kesempatan serta diberikan kemudahan sehingga terselesainya penelitian ini.
2. Bapak yang selalu menyayangi mendukung dan mendoakan setiap langkah putrinya yang sedang berjuang dalam menhadapai banyak kesulitan.
3. Ibu yang telah mendoakan dan menyemagatiku untuk segera menyelesaikan skripsi dan menggapai cita-cita lainnya.
4. Adik perempuanku yang telah menjadi partner dalam kondisi sulit ataupun senang.
5. Kelas A Perbankan Syariah angkatan 2018 yang telah memberikan kenangan selama menjalani perkuliahan.
6. Almamaterku UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah menjadi ruang untuk mencari ilmu, pengalaman, relasi dan mengukir banyak sekali kenangan yang tak terlupakan.
7. Teman-temanku yang mendegarkan keluh kesahku selama melakukan penelitian, selalu menguatkan, dan mendoakan satu sama lain agar dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan dapat membahagiakan kedua orangtua.

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 “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah di Solo Raya”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

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

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
2. Dr. Mohammad Rahmawan Arifin, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Taufiq Wijaya, S.H.I, M.S.I selaku Dosen Pembimbing Akademik, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
5. Mokhamad Zainal Anwar, SHI, MSI. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama proses pengerjaan dari awal hingga selesai.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Bapak Suroto, terimakasih atas segala dukungan, doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya dalam setiap langkah putrinya ambil hingga mampu memberikan fasilitas berupa sekolah hingga Sarjana di Perguruan Tinggi Negeri meskipun harus bekerja keras untuk membiayai anak-anaknya.
8. Ibu Wahyutin yang selalu mendoakanku selalu memberikan semangat untuk tidak pernah menyerah apapun keadaanya, terimakasih hanya ini yang bisa aku lakukan. Semoga ibu senantiasa dapat mendampingiku sampai aku dapat mewujudkan cita-citaku yang lainnya.
9. Adik perempuanku Fidya Berliana Novaningrum, terimakasih untuk adik perempuanku yang telah mau berbagi, menemani dan menjadi teman dalam setiap kondisi.
10. Sahabat-sahabatku dan temanku yang saling mendoakan dan saling mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-temanku kelas A Perbankan Syariah (PBS) angkatan 2018, yang selalu memberikan keceriaan dan semangat untuk penulis dalam menjalankan perkuliahan dan menyusun skripsi ini.
12. Pengguna aplikasi LinkAja Syariah di wilayah Solo Raya yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Kepada semuanya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 06 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
SURAT PERYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Penulisan	8

BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i>	10
2.1.2 Sistem Pembayaran.....	12
2.1.3 Keputusan Penggunaan.....	15
2.1.4 Persepsi	16
2.1.5 Persepsi Kepercayaan	17
2.1.6 Persepsi Kemudahan Penggunaan	20
2.1.7 Persepsi Manfaat.....	22
2.2 Tinjauan Pustaka.....	24
2.3 Kerangka Berfikir	27
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Waktu dan Wilayah penelitian.....	32
3.2 Jenis Penelitian	32
3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	33
3.4 Data dan Sumber Data.....	35
3.5 Variabel Penelitian.....	37
3.6 Definisi Operasional Variabel	38
3.7 Teknis Analisis Data.....	40
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	45
4.1.1 Deskripsi Responden.....	47

4.2 Pengujian dan Analisis Data.....	49
4.2.1 Uji Instrumen.....	49
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	50
4.2.3 Uji Ketetapan Model	53
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.2.5 Uji Hipotesis	56
4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data	58
4.3.1 Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah	58
4.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah	59
4.3.3 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah	61
BAB V PENUTUP.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Keterbatasan Penelitian	63
5.3 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Kajian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert	37
Tabel 3.1 Definisi Operasional	39
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	48
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas <i>One Sample Kolmogrov Smirnov Test</i>	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas Metode Glejser	53
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Determinasi (R^2)	54
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Frekuensi Penggunaan Dompot Digital di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Daftar Dompot Digital Terpopuler 2022.....	3
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	71
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden	76
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian.....	79
Lampiran 5 Hasil Analisis SPSS	82
Lampiran 6 Biodata Penulis	89
Lampiran 7 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	90
Lampiran 8 Hasil Pengecekan Plagiasi Turnitin.....	91

ABSTRAK

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya. Penelitian dilakukan melalui model pendekatan teori TAM, yaitu sebuah teori yang dipresentasikan oleh Davis dengan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat sebagai indikator utamanya.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, dengan data yang berupa data primer. Data dalam penelitian ini didapatkan secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada para responden yang merupakan pengguna Aplikasi LinkAja Syariah yang berada di wilayah Solo Raya. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan model analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Persepsi Kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya. Persepsi Kemudahan Penggunaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya, dan Persepsi Manfaat terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.

Kata Kunci : Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Keputusan Penggunaan, LinkAja Syariah

ABSTRACT

The research was conducted to know the factors that influence the decision to use the LinkAja Syariah application in Solo Raya. The research was conducted using the TAM theoretical approach model, which is a theory presented by Davis with perceived ease of use and perceived benefits as the main indicators.

The research was conducted using quantitative methods, with data in the form of primary data. The data in this study were obtained directly by distributing questionnaires to respondents who are users of the LinkAja Syariah application in the Greater Solo area. The collected data were then analyzed using a multiple linear regression analysis models with the help of the SPSS application.

The results of the research conducted show that the Perception of Trust has proven to have a positive and significant effect on the Decision to Use the LinkAja Syariah Application in Solo Raya. Perceived ease of use has proven to have a positive and significant effect on the decision to use the LinkAja Syariah application in Solo Raya, and perceived benefits have proven to have a positive and significant effect on the decision to use the LinkAja Syariah application in Solo Raya.

Keywords: Perceived Trust, Perceived Ease of Use, Perceived Benefits, Decision to Use, LinkAja Syariah

BAB I

PENDAHULUAN

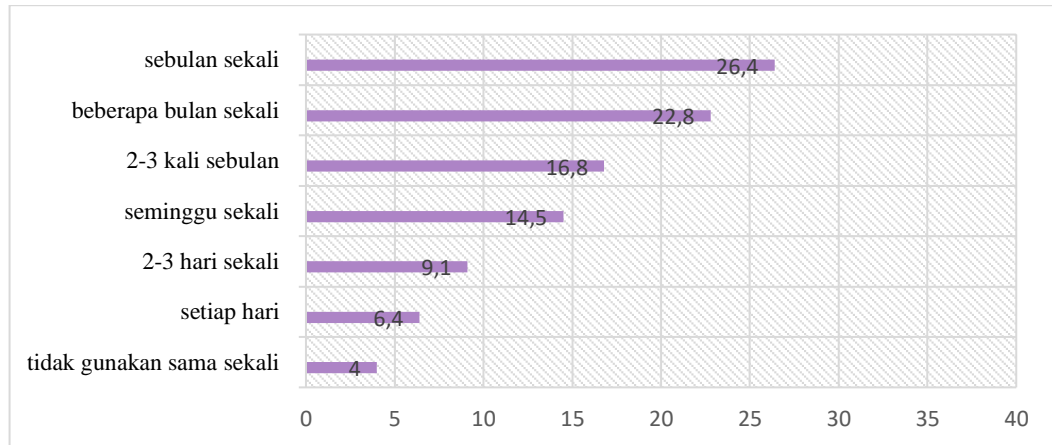
1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada saat ini telah mengalami peningkatan yang sangat pesat dan terjadi di semua sektor, salah satunya yaitu sektor perekonomian dan keuangan (Yani et al., 2018). Perkembangan teknologi tersebut juga sejalan dengan naiknya minat masyarakat akan penggunaan teknologi digital, hal tersebut terjadi karena banyaknya manfaat dan kemudahan yang diterima masyarakat dari penggunaan teknologi tersebut (Dharmawan, 2018).

Keberadaan teknologi yang semakin canggih telah mendorong terjadinya perubahan gaya hidup masyarakat, salah satunya dibidang keuangan. Pada era digitalisasi saat ini, masyarakat mulai memanfaatkan pembayaran non tunai sebagai salah satu alternatif dalam bertransaksi. Hal itu juga didukung adanya perkembangan aplikasi-aplikasi pembayaran yang semakin pesat. Masyarakat pada saat ini mulai beralih menggunakan *e-wallet* (dompet digital) sebagai metode pembayaran karena dapat diakses dengan mudah melalui *smartphone* (Josef et al., 2020).

Perubahan gaya hidup masyarakat dalam hal pembayaran juga terlihat dari survei yang telah dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (kominfo) yang menyatakan bahwa frekuensi penggunaan dompet digital di Indonesia semakin mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Hasil tersebut dapat dilihat pada gambar peningkatan frekuensi penggunaan dompet digital berikut ini.

Gambar 1.1
Frekuensi Penggunaan Dompot Digital di Indonesia



Sumber : Katadata (2021)

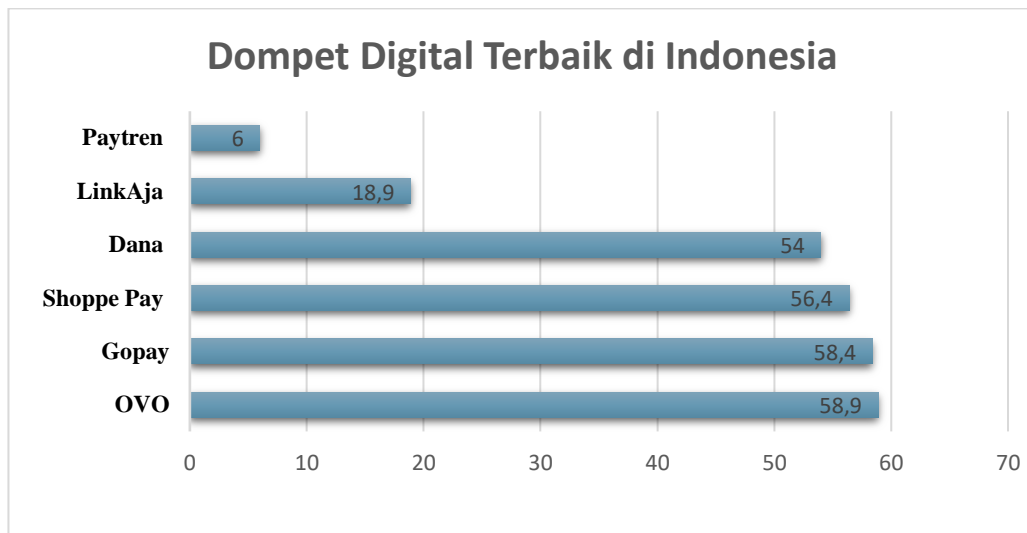
Hasil survei frekuensi penggunaan dompet digital tercatat pada tahun 2021 diatas menunjukkan bahwa dari 10.000 responden yang dijadikan sampel penelitian, hanya 4% responden saja yang tidak menggunakan dompet digital sama sekali. Hal tersebut menunjukkan bahwa hampir semua responden pernah menggunakan dompet digital.

E-wallet adalah salah satu bentuk *fintech* (*Financial Technology*) yang mengalami perkembangan cukup signifikan pada beberapa tahun ini (Narasati, 2020). LinkAja Syariah merupakan salah satu aplikasi *e-wallet* yang diminati masyarakat, karena aplikasi tersebut menawarkan banyak keuntungan bagi penggunanya (Rizaldi et al., 2021). Setidaknya, ada beberapa keuntungan yang umumnya diminati masyarakat seperti adanya berbagai promo, *cashback*, dan diskon khusus bagi pengguna aplikasi *fintech* (Farhan, 2020).

LinkAja Syariah merupakan salah satu aplikasi *digital payment* yang tergolong baru, namun minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi ini sangat besar. Hal tersebut terlihat dari perkembangan penggunaannya yang meningkat pesat,

sehingga LinkAja Syariah mampu menjadi salah satu aplikasi pembayaran digital terpopuler di Indonesia pada tahun 2022.

Gambar 1. 2
Daftar Dompot Digital Terpopuler 2022



Sumber: Katadata (2022)

Dari data tersebut, tercatat sebanyak 58,9% responden menggunakan dompet digital OVO. Peringkat kedua diduduki oleh dompet digital Gopay sebesar 58,4%. Posisi ketiga dompet digital yang paling banyak digunakan adalah Shopee Pay dengan presentase sebesar 56,4%. Posisi keempat ada dompet digital DANA dengan pengguna sebanyak 54%. LinkAja berada diposisi ke lima dengan presentase pengguna sebanyak 18,9%. Sedangkan pada posisi terakhir terdapat dompet digital Paytren dengan presentase penggunaan sebanyak 6% (Dewi, 2022).

LinkAja Syariah merupakan salah satu aplikasi digital yang telah berprinsip syariah (linkaja.id, 2019). Mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama islam, membuat LinkAja Syariah memiliki potensi yang sangat besar untuk terus berkembang. Akan tetapi, jika dilihat dari data diatas, terlihat bahwa LinkAja

Syariah masih tergolong kecil dan memiliki pangsa pasar yang rendah jika dibandingkan dengan aplikasi dompet digital lainnya.

Hasil survei yang dilakukan MarkPlus Inc, menunjukkan bahwa total keseluruhan kapasitas transaksi masih menjadi yang terendah sebesar (18,9%), dari presentase yang dipaparkan LinkAja Syariah masih kalah jumlah transaksi dengan dompet digital lainnya seperti ShopeePay (56,4%), OVO (58,9%), GoPay (58,4%), dan DANA (54%) Dikarenakan pengguna dari LinkAja Syariah masih minim, maka potensi masyarakat untuk menggunakan layanan LinkAja Syariah juga akan berkurang apabila dilihat dari persaingan yang terjadi (Rohman, 2022).

Masih kecilnya pangsa pasar dan pengguna LinkAja Syariah membuat LinkAja Syariah harus membuat strategi yang tepat dengan memanfaatkan peluang yang ada agar minat masyarakat untuk menggunakan layanan LinkAja Syariah semakin meningkat. Salah satu hal yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan penyusunan strategi yaitu dengan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan LinkAja Syariah. Ketika faktor tersebut sudah didapatkan, maka perusahaan akan dapat meningkatkan dan memprioritaskannya, sehingga nantinya keputusan masyarakat untuk menggunakan LinkAja Syariah juga akan mengalami peningkatan (Rizaldi et al., 2020).

Faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan LinkAja Syariah dapat diketahui dengan menggunakan model pendekatan teori TAM, yaitu sebuah teori yang dipresentasikan oleh Davis (1989). Pada teori TAM, keputusan seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi dapat dari dua aspek utama, yaitu

kemudahan penggunaan dan manfaat. Keputusan seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi akan muncul ketika teknologi tersebut memberikan kemudahan dan manfaat serta dapat dipercaya dan diandalkan (Andhika & Dharma, 2017).

Beberapa penelitian yang membahas mengenai diterimanya sebuah teknologi dalam bidang keuangan seperti *e-money*, *m-banking*, *m-payment*, dan *e-wallet* menggunakan pendekatan teori dengan pengembangan model UTAUT2 dengan menambahkan faktor baru yaitu kepercayaan (*trust*) (Aries, 2017). *Trust* (percaya) adalah korelasi antara kesungguhan atas keandalan dan integrasi suatu fasilitas metode yang disediakan. Dipercayanya suatu teknologi apabila dapat mengatasi masalah pada suatu pekerjaan dengan baik (Marzela, 2020). Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah.

Dari hasil analisis peneliti terdahulu dapat di katakan bahwa keputusan dipengaruhi oleh faktor kepercayaan (*Trust*) uang digital (*e-wallet*) sebagai transaksi pembayaran khususnya pada aplikasi LinkAja Syariah (Andhika, 2019; Priyono, 2017). Hasil penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Dewi & Warminka (2016) menunjukkan bahwa manfaat dan kemudahan menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian lainnya yang menyebutkan keputusan penggunaan dipengaruhi oleh faktor kemudahan terhadap niat pengguna dalam menggunakan dompet digital (Maulida et al., 2021; Widodo et al, 2021).

Berdasarkan pemaparan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya, dengan menggunakan 3 faktor utama, yaitu persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Penelitian dilakukan di wilayah Solo Raya karena wilayah tersebut merupakan salah satu wilayah di Jawa dengan dengan perputaran ekonomi yang pesat. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan dengan judul **“ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI LINKAJA SYARIAH DI SOLO RAYA”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berkaitan dengan latar belakang yang dipaparkan, maka berikut merupakan identifikasi beberapa masalah yang didapatkan sebagai berikut:

1. Minat penggunaan LinkAja Syariah masih rendah, hal ini dipengaruhi oleh tingkat literasi ekonomi syariah yang masih rendah.
2. Pangsa pasar dompet digital LinkAja Syariah masih rendah padahal mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama Islam menjadi potensi yang sangat besar bagi pengembangan LinkAja Syariah, sehingga dibutuhkan strategi yang tepat agar dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan LinkAja Syariah.

1.3 Batasan Masalah

Batasan Masalah diperlukan agar pembahasan pada penelitian ini dapat terfokus dan tidak menyebar terlalu jauh, oleh sebab itu penelitian ini dilakukan terbatas pada permasalahan yang berkaitan dengan apa saja yang menjadi faktor

pertimbangan pengguna untuk menggunakan dompet digital LinkAja Syariah. Faktor yang ingin diteliti yaitu persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat yang diberikan LinkAja kepada pengguna.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah di Solo Raya?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah di Solo Raya?
3. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah di Solo Raya?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah di Solo Raya.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah di Solo Raya.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah di Solo Raya.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis, pengkajian pada riset ini dapat menjadi sarana dalam memberikan penjelasan terhadap fenomena pengaruh persepsi kepercayaan, kemudahan penggunaan dan manfaat terhadap keputusan penggunaan dompet digital LinkAja Syariah. Selain itu guna menambah literatur untuk penelitian terkait perkembangan *financial technology*.

2. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan tentang analisis faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan LinkAja Syariah berupa respon penggunaan pada aplikasi dompet digital LinkAja Syariah.

a. Bagi Peneliti

Dapat menjadi saranan untuk menambah wawasan serta menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang menjadi pertimbangan keputusan seorang dalam menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja Syariah.

b. Bagi Pembaca

Digunakan sebagai sumber informasi dan dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak berkepentingan bagi pengguna aplikasi dompet digital LinkAja Syariah. Serta untuk menjadi pertimbangan para pengguna untuk mengetahui kepercayaan, kemudahan dan manfaat apa yang akan didapatkan ketika memutuskan untuk menggunakan LinkAja Syariah sebagai dompet digital.

1.7 Sistematika Penulisan

Kerangka penyusunan penulisan memiliki dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah,

tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab dua ini mencakup kajian teori tentang pengaruh faktor apa yang menjadi pertimbangan pengguna untuk menggunakan dompet digital LinkAja Syariah di Solo Raya. Pada bab ini juga akan dipaparkan penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan ruang lingkup penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisi uraian hasil analisis data dengan menggunakan teori teori dan tinjauan umum. Uraian tersebut berisi gambaran penelitian serta pembahasannya dan pembuktian hipotesis.

BAB V PENUTUP

Pada Bab ini akan diuraikan kesimpulan dan hasil analisis data yang telah diolah oleh penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 *Technology Acceptance Model*

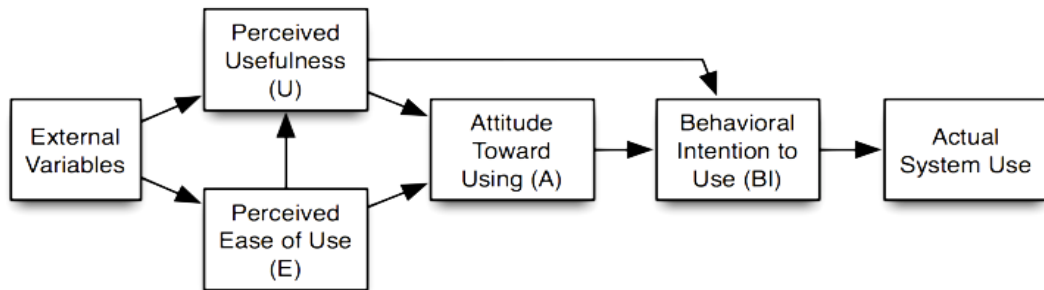
Technology Acceptance Model (TAM) merupakan sebuah model teori yang umumnya digunakan dalam melakukan pendekatan mengenai penerimaan suatu teknologi (Putritama & Sari, 2020). Teori tersebut dikemukakan oleh Davis (1989) yang merupakan adaptasi dan pengembangan dari *Theory of Resoned Action* (TRA) (Sayekti & Putarta, 2016). Penalaran teori yang digunakan untuk menjadi landasan mempelajari dan memahami perilaku pengguna dalam menggunakan dan menerima sistem informasi yang diterapkan oleh Davis (1989) sebagai konsep TAM pada saat pertama kali di perkenalkan berupa dompet digital (Handayani, 2007).

Model TAM ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor dasar perilaku diterimanya teknologi oleh pengguna yang telah menggunakan sebuah teknologi (Ferda, 2011). Perluasan konsep TAM diharapkan bisa membantu memprediksi sikap seseorang dalam menerima sebuah teknologi, memberikan dasar informasi yang diperlukan untuk mendorong sikap pengguna dalam menggunakan sebuah teknologi melalui faktor-faktor yang dijadikan sebagai acuan (Virginia, 2020).

Pada dasarnya konstruk diterimanya model teknologi terdiri dari lima konstruk utama sebelum mengalami modifikais yang diantaranya; persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*), sikap penggunaan (*attitude towards using*), niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*), dan pengaplikasian sistem sesungguhnya (*actual system*)

(Permana,2018) . Secara skema, teori TAM digambarkan sebagai berikut.

Gambar 2. 1
Skema Teori TAM Sebelum Modifikasi



Variabel eksternal pada teori TAM berdasarkan karakter sistem sebagai pertimbangan menggunakan sebuah sistem diantaranya; biaya akses (*Access Cost*), relevansi dengan pekerjaan (*relevance with job*), dapat dipercaya dan akurat (*reability and accuracy*). Selain itu karakter pengguna juga termasuk sebagai variabel eksternal misalnya; usia pengguna (*Age*), kemampuan pemahaman (*cognitive absorption*), persepsi kesenangan (*perceived enjoyment*), persepsi sumber daya (*perceived resources*) dan peran inovasi personal dengan teknologi (*personal innovation role with technology*) (Hiron, 2014).

Dari pengembangan teori TAM ada tiga faktor yang digunakan secara berulang peneliti terdahulu guna mengukur respon pengguna pada sistem teknologi menggunakan teori TAM. Tiga faktor tersebut diantaranya; persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat untuk mengevaluasi niat perilaku penggunaan dan keputusan penggunaan pada suatu sistem khususnya aplikasi LinkAja Syariah.

2.1.2 Sistem Pembayaran

1. Sistem Pembayaran Tunai

Transaksi dengan uang tunai adalah sistem pembayaran yang menggunakan uang fisik biasa di sebut dengan uang kertas dan logam atau disebut sebagai uang kartal, merupakan alat pembayaran yang digunakan untuk melakukan transaksi pada aktivitas ekonomi di kehidupan sehari-hari (Kurniawati et al., 2021). Hal ini dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa sistem pembayaran dibedakan menjadi alat pembayaran secara tunai dan alat pembayaran non-tunai berupa uang elektronik. Standar yang menjadi perbedaan antara uang fisik dengan non fisik terletak pada alat yang digunakan sebagai media bertransaksi (Ulfi, 2020).

2. Sistem Pembayaran Non-Tunai

Jenis dari alat pembayaran non-tunai beragam; contohnya *paper based* (uang kertas), contohnya cek atau bilyet dan giro adalah jenis surat berharga yang dikeluarkan oleh bank kepada nasabah yang mempunyai rekening giro/rekening koran sebagai metode penarikan dana. bentuk kartu, jenisnya yaitu berbentuk kartu kredit dan kartu debit, uang dalam jenis ini memiliki akses dan tidak terdapat pencatatan dana dengan bentuk kartu. Ketiga *electronic based* (uang elektronik) contohnya dompet digital, dan m-banking, uang ini secara keseluruhan pengelolaan sepenuhnya berada di tangan nasabah. Uang ini memiliki sifat prabayar (*prepaid*) nilai uang yang tercatat dalam uang elektronik (Ika et al., 2020).

Namun semakin berkembangnya zaman juga mempengaruhi penggunaan transaksi pembayaran secara digital contohnya, uang elektronik (*card based* dan *server based*) atau *e-wallet* (dompet digital).

a. *E-money*

Uang elektronik secara sederhana uang elektronik adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik atau non fisik serta uang yang disimpan dalam media elektronik tertentu sesuai dengan nominal yang diinginkan, media yang digunakan sebagai tempat menyimpan uang berupa *smartphone* yang mudah untuk di bawa dan disimpan di tempat yang relatif kecil. Aplikasi penggunaan *e-wallet* diharuskan untuk terlebih dahulu memasukkan uang (*top up*) kepada pencetak yang akan disimpan kedalam media elektronik sebelum dapat diggunkan sebagai media transaksi (Bank Indonesia, 2020).

Saat *e-wallet* dibelanjakan untuk transaksi, maka nilai uang elektronik yang diggunkan untuk melakukan transaksi akan secara otomatis berkurang sesuai dengan nilai transaksi yang digunakan dan secara otomatis saldo akan berkurang. Apabila dalam saldo *e-wallet* telah habis dalam *smartphone* maka dapat melakukan isi (*top-up*) saldo dompet digital di merchant atau bank terdekat (Sari et al., 2019). Adanya inovasi alat pembayaran digital yang baru dan mudah digunakan diharapkan dapat membantu kelancaran transaksi ekonomi dalam transaksi pembayaran secara bersamaan tanpa harus mengeluarkan uang tunai berkali-kali, serta efisien. Adanya pengembangan diharapkan dapat membantu kelancaran dalam melakukan transaksi pembayaran e-tol, melakukan pembayaran transportasi, transaksi pembelian di minimarket, *food court*, atau membayar parkir.

b. E-wallet (Dompet Digital)

Dompet digital atau dengan istilah lain disebut *e-wallet* diartikan sebagai uang yang tidak memiliki bentuk fisik namun dapat diakses melalui perangkat

elektronik seperti *smartphone* yang dipergunakan sebagai media transaksi atau dapat disimpulkan sebagai dompet yang tidak memiliki bentuk fisik (Septi & Aries, 2021).

E-wallet adalah metode Pembayaran yang menjadi salah satu salah satu metode transaksi yang tengah berkembang, keunggulan atau keuntungan bertransaksi dengan *e-wallet* dapat dilihat dari segi kemudahan, fleksibilitas, dan keamanan yang disediakan aplikasi dompet digital. Sedangkan keunggulannya terletak bidang inovatifnya. Fasilitas pemrosesan transaksi, pengelolaan kas, dan biaya tenaga kerja yang lebih minim adalah yang diberikan bagi pelaku usaha untuk memudahkan pekerjaannya dengan menggunakan sebuah teknologi (Citra et al., 2021).

LinkAja Syariah adalah *fintech* berupa *digital payment* aplikasi *e-wallet* (dompet digital) yang digunakan masyarakat. LinkAja pada awalnya memiliki nama T-cash namun berganti menjadi LinkAja Syariah pada 22 Februari 2021. LinkAja Syariah merupakan pembayaran digital gabungan antara layanan keuangan elektronik di berbagai Badan Usaha Milik negara (BUMN) seperti Bank Mandiri, Bank BNI, dan Bank BRI yang telah menjalin kerjasama (Mala, 2021).

Aplikasi LinkAja adalah layanan keuangan berupa uang elektronik yang berlandaskan pada aplikasi. Pengembangan uang elektronik bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran, melakukan transfer, serta melakukan pembayaran pada beragam tagihan bagi penggunanya dikarenakan penggunaan uang cash yang dianggap kurang efektif untuk transaksi dengan nilai yang besar (Widodo & Putri, 2021). LinkAja Syariah merupakan

contoh alat pembayaran digital yang cukup terkenal dikarenakan tidak memiliki unsur *gharar dan maysir*. LinkAja Syariah memberikan promo atau *cashback* yang didapatkan sesuai dengan prinsip Syariah (Alisha, 2021).

2.1.3 Keputusan Penggunaan

1. Pengertian Keputusan Penggunaan

Keputusan merupakan sebuah hal yang tidak begitu saja dilakukan oleh seseorang, keputusan seseorang harus melalui beberapa prosedur dalam proses tersebut. Prosedur ini berlangsung dalam tiga fase yaitu prosedur pengusulan suatu prinsip dasar dalam pengambilan keputusan, prosedur untuk memilih suatu opsi pilihan yang paling menguntungkan dan tepat untuk diambil bagi seseorang, dan pemilihan prosedur pada semua opsi pilihan kemudian menerapkannya (Nugraha, 2017). Jadi terdapat beberapa prosedur yang harus dilakukan untuk dapat terjadinya suatu pengambilan keputusan. Prosedur tersebut harus dilakukan dengan tepat agar mendapatkan hasil yang maksimal.

Menurut Subianto (2007) suatu perilaku konsumen dapat menentukan tindakan atau proses pengambilan keputusan. Keputusan adalah suatu proses kegiatan yang dapat dilakukan oleh semua orang dimana saja dan kapan saja, dan keputusan ini termasuk keputusan tentang kegiatan suatu individu. Suatu pengambilan keputusan dapat dipengaruhi oleh perilaku konsumen yang efektif. Artinya akan terjadi peningkatan tingkat keuntungan yang dapat kita terima. Keputusan nasabah atau suatu organisasi merupakan suatu Tindakan yang diambil secara sadar, obyektif, logis, dan terarah. Sehingga suatu pengambilan keputusan yaitu analisis untuk mengatasi permasalahan.

Menurut Fatuh & Widyastuti (2017) keputusan untuk membeli atau pembelian dapat dianggap sebagai keputusan untuk menggunakan atau penggunaan. Pada suatu perusahaan atau lembaga keuangan, keputusan penggunaan yaitu proses seseorang nasabah menggunakan suatu produk berupa jasa layanan yang disediakan oleh lembaga perbankan tersebut. Menurut Suhari (2008) keputusan penggunaan yaitu proses dimana konsumen membeli atau menggunakan suatu produk atau layanan, dimulai dengan kesadaran konsumen yang tumbuh dari informasi atau produk yang tersedia. Keputusan untuk penggunaan layanan secara *online* adalah bagian dari rantai proses pengambilan keputusan yang mencakup pencarian informasi, pengenalan kebutuhan, pengambilan keputusan, dan perilaku setelah pengambilan keputusan tersebut (D. Kurniawan et al., 2021).

2. Indikator Keputusan Penggunaan

Prastiwi (2018) menjelaskan bahwa indikator keputusan penggunaan diantaranya sebagai berikut:

- a. Mengenali suatu kebutuhan
- b. Berkelanjutan dan terus memprioritaskan penggunaan pada produk atau layanan tertentu
- c. Mengevaluasi alternatif lain
- d. Keputusan pembelian atau penggunaan

2.1.4 Persepsi

Persepsi diartikan sebagai tanggapan, penerimaan atau mengambil sesuatu yang didapatkan oleh seorang individu melalui panca indra yang dimilikinya (KKBI, 2020). Persepsi di definisikan sebagai metode untuk mendapatkan sebuah informasi

mengenai semua hal yang berada di lingkungan sekitar. Respon secara langsung terhadap keputusan baik berupa aplikasi atau sistem informasi merupakan definisi dari persepsi yang diambil dari dalam kamus Bahasa Indonesia.

Persepsi dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai respon atau diterimanya sebuah teknologi secara langsung dari sesuatu melalui proses seseorang dalam mengetahui manfaat yang diberikan melalui panca indra. Seorang pengguna akan bersikap sesuai dengan keinginannya mempertimbangkan persepsi tersebut akurat atau tidak dalam menggambarkan kenyataan penggunaan (Fatonah & Hendratmoko, 2020). Persepsi antara satu pengguna dengan pengguna lain akan sangat berbeda. Persepsi sebuah teknologi oleh setiap pengguna akan terdapat perbedaan. Sebagian orang akan menganggap teknologi tersebut akan memberikan kemudahan dan sebagian lagi berfikir sebaliknya atau justru beranggapan bahwa menggunakan teknologi justru mempersulit transaksi pembayaran.

2.1.5 Persepsi Kepercayaan

1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan aspek terpenting dalam membangun hubungan bisnis karena kepercayaan menciptakan komitmen diantara keduanya. Menurut Hawes dkk (1989) kepercayaan yaitu suatu hubungan timbal balik antara seorang nasabah dengan orang lain harus saling percaya supaya pertukaran dapat terjadi secara baik atau efektif. Kotler (2012) mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan citra pada suatu merek maupun produk.

Mowen dan Minor dalam Ambarwati (2019) menjelaskan kepercayaan konsumen sebagai segala pengetahuan yang didapatkan oleh seorang individu atau konsumen yang kemudian mendorong timbulnya kesimpulan dalam dirinya terhadap sebuah obyek atau produk tertentu (Ambarwati, 2019). Kepercayaan nasabah dijelaskan bahwa kesediaan untuk dapat mengambil risiko atas perbuatan dari pihak lain yang berlandaskan harapan bahwa pihak lain dapat melakukan suatu perbuatan khusus yang penting bagi pihak yang memberikan kepercayaan, terlepas dari kemampuan pihak yang dipercaya untuk mengendalikan dan memantaunya (Mayer et al., 1995). Kepercayaan didefinisikan sebagai daerah psikologis yang berhubungan dengan suatu niat untuk menerima hal-hal yang didasarkan pada harapan perilaku yang positif dari orang lain (Rousseau et al., 1998).

Kepercayaan adalah sebuah penentu utama niat pengguna dan menjadi sebuah isu penting dalam transaksi online. Lemahnya sebuah transaksi pembayaran secara online dikarenakan tidak adanya kepercayaan pengguna kepada aplikasi yang disediakan, hal ini dapat diasumsikan persepsi kepercayaan menjadi variabel yang berpengaruh untuk menilai keputusan penggunaan aplikasi LinkAja Syariah (Fitri, 2019).

Kepercayaan dianggap sebagai keandalan institusi untuk menciptakan hubungan dengan mitra bisnisnya, hal ini dipengaruhi oleh faktor perseorangan, mutu, fungsi atau ketulusan. Empat objek kepercayaan konsumen yaitu kemurahan hati, kemampuan, mutu, kesediaan pengguna dalam bergantung pada sebuah teknologi. Adanya keyakinan antara satu pihak terhadap pihak lainnya akan dapat menimbulkan munculnya perilaku interaktif, perilaku ini pada akhirnya dapat

memperkuat hubungan antar kedua pihak dan juga mendorong timbulnya rasa untuk mempertahankan kerjasama ataupun hubungan yang sudah ada.

2. Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Kepercayaan

Terdapat 3 faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan yaitu sebagai berikut (Batin, 2019) :

- a. Nilai merupakan hal terpenting untuk membangun dan mengembangkan kepercayaan. Pihak-pihak dalam suatu hubungan yang memiliki tujuan, perilaku, dan pedoman yang sama mempengaruhi kemampuan untuk membangun suatu kepercayaan.
- b. Ketergantungan pada orang lain menyiratkan kerentanan. Untuk mengurangi risiko dari pihak yang tidak percaya akan menciptakan keterkaitan dengan pihak yang menjadi kepercayaan.
- c. Komunikasi terbuka dan teratur, adalah komunikasi yang membangun suatu kepercayaan harus berlangsung secara teratur dan berkualitas tinggi yaitu harus relevan dan tepat waktu. Komunikasi positif di jaman dulu akan mengarah pada kepercayaan dan pada gilirannya komunikasi lebih baik.

3. Indikator Kepercayaan

Menurut Mayer et al. (1995) faktor-faktor yang dapat membangun suatu kepercayaan pada seseorang ada tiga yaitu kemampuan (*ability*), perbuatan baik (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Penjelasan dari ketiga faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan mengarah pada kompetensi dan spesifik layanan maupun kualitas perusahaan yang berhubungan dengan harapan atau keinginan pelanggannya.

b. Perbuatan Baik (*Benevolence*)

Perbuatan baik dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan dalam memberikan suatu kepuasan yang saling memberikan keuntungan kedua belah pihak antara perusahaan dengan konsumennya. Sebuah perusahaan pada umumnya tidak hanya tertarik untuk dapat memaksimalkan keuntungan, akan tetapi juga sangat tertatik untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam hal bertansaksi. Menurut Kim dkk (2003) perbuatan baik (*benevolence*) terdiri dari keyakinan, kepedulian, penerimaan atau daya terima, empati

c. Integritas (*Integrity*)

Integritas berhubungan dengan tindakan atau rutinitas perusahaan dalam mengoperasikan suatu layanannya. Menurut Kim dkk (2003) menyatakan bahwa integritas (*integrity*) terdiri dari pemenuhan (*fulfillment*), terus terang atau jujur (*honestly*), kesetiaan (*loyalty*), keadilan (*fairness*), keterkaitan (*dependability*), kehandalan (*reliabilty*).

2.1.6 Persepsi Kemudahan Penggunaan

1. Pengertian Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaa (*Ease OF Use*) adalah standar atau ekspetasi seseorang dalam mengukur sejauh mana rasa percaya bahwa menggunakan teknologi dapat meningkatkan kemudahan kinerja dari sistem

pembayaran yang telah digunakan (Arifiyanto & Kholidah, 2021). Pengujian sebelumnya menunjukkan bahwa bentuk persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna yang menggunakan teknologi pembayaran digital atau uang elektronik sebagai media pembayaran (Watmah et al., 2020).

Persepsi kemudahan menjadi faktor pertimbangan niat dikarenakan seseorang menggunakan suatu sistem dengan tujuan untuk memudahkan mereka aktivitas sehari-hari. Persepsi kemudahan yang diinginkan oleh pengguna adalah persepsi kemudahan yang dapat dipelajari dengan mudah serta memudahkan dalam melakukan aktivitas (Yani et al., 2018). Penggunaan LinkAja Syariah menjadi pertimbangan karena dompet digital yang diinginkan mampu membantu transaksi ekonomi di era digital pada saat ini karena dianggap fleksibel.

Membahas mengenai sebagai sejauh mana pengguna aplikasi LinkAja Syariah mempercayai bahwa menggunakan suatu teknologi pembayaran digital ini tidak memerlukan usaha yang besar merupakan fungsi dari persepsi kemudahan. standar pengguna merasa percaya bahwa teknologi LinkAja Syariah praktis untuk diaplikasikan sebagai media untuk bertransaksi. Ketika pengguna mempercayai bahwa sistem yang digunakan dapat dengan mudah diaplikasikan maka pengguna akan menggunakan aplikasi tersebut. Kemudahan dapat berkaitan dengan keputusan dilihat dari kemudahan aplikasi LinkAja Syariah yang mudah digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran.

Berdasarkan teori Davis (1989) kemudahan penggunaan adalah kepercayaan terhadap penggunaan suatu teknologi yang sangat mudah, yaitu berapa jauh seseorang menyakini bahwa sebuah layanan teknologi dapat dengan

mudah dioperasikan dan menghindari berbagai bentuk masalah. Dapat diambil kesimpulan bahwasanya kemudahan penggunaan yaitu suatu rasa kepercayaan dari individu tentang sebuah teknologi yang dapat digunakan dengan mudah (Rodiah & Melati, 2020).

Berdasarkan beberapa pemaparan dari berbagai para ahli dan peneliti dapat ditarik kesimpulan bahwa kemudahan penggunaan pada sebuah teknologi informasi dapat diartikan sebagai salah satu kepercayaan individu bahwa suatu penggunaan teknologi tersebut dapat dipahami dan mudah untuk dipakai. Kemudahan penggunaan juga dapat menghemat waktu dan tenaga bagi teknologi informasi untuk dipelajari atau digunakan pada saat yang bersamaan, karena pada dasarnya meyakini bahwa suatu teknologi tidak menyulitkan untuk menyelesaikan pekerjaan dan mudah dipahami agar dapat memperoleh informasi.

2. Indikator Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis (1989) terdapat beberapa indikator kemudahan penggunaan adalah sebagai berikut:

- a. Mudah untuk dipelajari (*Easy to Learn*)
- b. Jelas dan dapat dimengerti (*Clear & Understandable*)
- c. Fleksibel (*Flexible*)
- d. Mudah untuk digunakan (*Easy to Use*)

2.1.7 Persepsi Manfaat

1. Pengertian Manfaat

Secara bahasa, manfaat memiliki arti guna, faedah. manfaat dapat diartikan sebagai sebuah keuntungan, kegunaan dan faedah yang didapatkan oleh seseorang

atas penggunaan suatu barang/produk/objek tertentu (KBBI, 2008). Manfaat dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk mengetahui sejauh mana seseorang merasa nyaman dan yakin bahwa menggunakan benda atau barang atau objek tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaanya (Rahman & Supriyanto, 2022).

Davis (1989) mendefinisikan persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) sebagai “*the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job performance*” (suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut). Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa manfaat dari penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja dan prestasi kerja dalam menggunakannya (Namaha, 2020).

Kemanfaatan yang dapat dirasakan seseorang dalam penggunaan teknologi keuangan berbasis internet maupun *mobile* yaitu seseorang merasa percaya bahwa memanfaatkan suatu teknologi akan mengoptimalkan kinerja mereka, sehingga mereka berpikir itu akan membuat layanan lebih mudah digunakan dan membuat transaksi mereka lebih mudah diakses (Sati & Ramaditya, 2020). Manfaat yang dirasakan seseorang dalam menggunakan teknologi dapat berbeda, tergantung kemampuan mereka dalam memanfaatkan dan menjalankan suatu teknologi tersebut (Kholid & Soemarso, 2018). Jika seseorang menjalankan teknologi secara maksimal maka akan mendapatkan manfaat yang maksimal juga.

2. Indikator Manfaat

Indikator manfaat menurut Davis (1989) dalam (Jogiyanto, 2007) sebagai berikut:

- a. Mempercepat proses.
- b. Menambah tingkat produktivitas individu.
- c. Mampu meningkatkan efektivitas.
- d. Bermanfaat bagi individu.

2.2 Tinjauan Pustaka

Penelitian ini dilaksanakan berdasarkan penarikan kesimpulan dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dijalankan. Dari penelitian-penelitian tersebut dapat disimpulkan beberapa persamaan yang menjadi sumber teori dan dasar penelitian, selain itu terdapat pula beberapa perbedaan yang merupakan penyempurnaan penelitian sebelumnya serta menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian lainnya. Berikut beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini.

Tabel 2. 1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul	Kesimpulan
1.	Latief dan Dirwan (2020).	Pengaruh Kemudahan, Promosi, & Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital	kemudahan & kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan uang digital sedangkan aktivitas promosi tidak berpengaruh secara signifikan.
2.	Arumtia Ajrina Adzhani (2017).	Analisis Pengaruh Kompatibilitas, Kepercayaan, dan Risiko	Kompatibilitas dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap

		Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Jatim di Surabaya.	keputusan menggunakan <i>mobile banking</i> . Sedangkan risiko secara parsial berpengaruh negatif signifikan.
3.	Qulub (2019)	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan <i>E-Money</i> (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Cirebon)	Terdapat pengaruh variabel persepsi kemanfaatan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan <i>e-money</i> . Tidak terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan layanan <i>e-money</i> .
4.	Nik Azman & Md Zabri (2022).	<i>Sharī'ah-Compliant Fintech Usage Among Microentrepreneurs In Malaysia: An Extension Of Utaut Model. Journal of Islamic Monetary Economics and Finance Vol 8 No 2 (2022)</i>	Studi ini mengungkapkan bahwa harapan kinerja dan kondisi fasilitasi memiliki efek positif terhadap penggunaan fintech syariah
5.	Putritama & Sari (2020).	<i>Factors Affecting Millennial Generation Interest of Using E-Money. Jurnal Economica, Vol. 16, No.2</i>	Kemudahan, Kemanfaatan dan promosi berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money, sedangkan resiko tidak berpengaruh.
6.	Osman et al (2021)	<i>Factors Influencing the Use of E-Wallet among Millennium Tourist.</i>	Variabel pengaruh social, kemudahan dan kegunaan berpengaruh terhadap

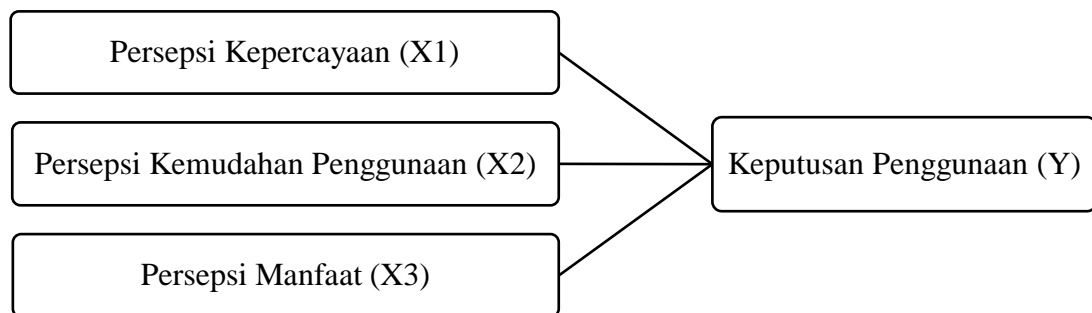
		<i>Journal of Information Technology Management,</i>	penggunaan <i>e-wallet</i> . Sedangkan kredibilitas berpengaruh negatif.
7.	Rahmawati & Yuliana (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-wallet</i> Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng	Terdapat pengaruh signifikansi variabel persepsi keamanan, kemudahan dan kebermanfaatan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> pada mahasiswa
8.	Agustino et al., (2021).	Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat, Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Wallet</i> Dengan Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna <i>E-Wallet</i> Di Kota Banjarmasin.	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan promosi berpengaruh terhadap Kemudahan Penggunaan dan minat penggunaan.

Dengan mempertimbangkan, kajian diatas, penelitian ini fokus terhadap perbedaan dari penelitian terdahulu dikarenakan penelitian ini fokus terhadap faktor kepercayaan, kemudahan, dan manfaat sebagai variabel penelitian. Selain itu penelitian ini lebih fokus terhadap dompet digital (*e-walle*) yang berlandaskan pada sistem Syariah, yaitu LinkAja Syariah. Perbedaan penelitian juga terlihat pada metode analisis yang digunakan, dimana beberapa penelitian terdahulu menggunakan kemudahan penggunaan sebagai variabel mediasi, sedangkan pada penelitian ini dilakukan tanpa variabel mediasi.

2.3 Kerangka Berfikir

Seiring dengan berkembangnya metode pembayaran yang mengikuti perkembangan zaman menyebabkan masyarakat beralih dari metode pembayaran. Teknik pembayaran non-tunai atau lebih dikenal sebagai dompet digital (*e-wallet*) adalah alat pembayaran yang dipergunakan untuk menggantikan uang tunai sebagai alat transaksi pembayaran. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi LinkAja Syariah, berikut kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini.

Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir



Sumber : Rodiah & Melati (2020)

Dimana:

Y : Keputusan Penggunaan *E-wallet* LinkAja Syariah di Solo Raya (Y)

X1 : Persepsi Kepercayaan (X1)

X2 : Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

X3 : Persepsi Manfaat (X3)

2.4 Hipotesis

Asumsi atau hipotesis dapat diartikan sebagai dugaan dan jawaban sementara terhadap permasalahan yang belum teruji kebenarannya dari masalah yang diajukan. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terdiri dari 3 hipotesis, sebagai berikut :

1. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Linkaja Syariah.

Kepercayaan merupakan aspek terpenting dalam membangun hubungan bisnis karena kepercayaan menciptakan komitmen diantara keduanya. Menurut Hawes dkk (1989) kepercayaan yaitu suatu hubungan timbal balik antara seorang nasabah dengan orang lain harus saling percaya supaya pertukaran dapat terjadi secara baik atau efektif. Kotler (2012) mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan citra pada suatu merek maupun produk. Kepercayaan adalah sebuah penentu utama niat pengguna dan menjadi sebuah isu penting dalam transaksi *online*. Kepercayaan dianggap sebagai keandalan institusi untuk menciptakan hubungan dengan mitra bisnisnya, hal ini dipengaruhi oleh faktor perseorangan, mutu, fungsi atau ketulusan (Fitri, 2019).

Penelitian Adzhani (2017) menyatakan bahwa kompatibilitas dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*. Hasil yang sama juga diungkapkan oleh Fatonah & Hendratmoko (2020) yang menyimpulkan bahwa persepsi kepercayaan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat generasi milenial

menggunakan *e-money*. Berdasarkan pemaparan penelitian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis awal sebagai berikut:

H1 : Persepsi Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Linkaja Syariah.

Persepsi kemudahan pengguna (*Ease OF Use*) adalah standar atau ekspektasi seseorang dalam mengukur sejauh mana rasa percaya bahwa menggunakan teknologi dapat meningkatkan kemudahan kinerja dari sistem pembayaran yang telah diggunakan (Arifiyanto & Kholidah, 2021). Persepsi kemudahan menjadi faktor pertimbangan niat dikarenakan seseorang menggunakan suatu sistem dengan tujuan untuk memudahkan mereka aktivitas sehari-hari (Yani et al., 2018).

Penggunaan LinkAja Syariah menjadi pertimbangan karena dompet digital yang diinginkan mampu membantu transaksi ekonomi di era digital pada saat ini karena dianggap fleksibel. Berdasarkan teori Davis (1989) kemudahan penggunaan adalah kepercayaan terhadap penggunaan suatu teknologi yang sangat mudah, yaitu berapa jauh seseorang menyakini bahwa sebuah layanan teknologi dapat dengan mudah dioperasikan dan menghindari berbagai bentuk masalah (Rodiah & Melati, 2020).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putritama & Sari (2020) menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-money* pada generasi milenial. Hasil tersebut juga

didukung oleh Agustino et al., (2021) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada pengguna e-wallet di Kota Banjarmasin. Ningsih et al., (2021) juga mengungkapkan hal yang sama, dimana Persepsi kemudahan penggunaan, berpengaruh terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa. Berdasarkan pemaparan penelitian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis awal sebagai berikut:

H2 : Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.

3. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah.

Davis (1989) mendefinisikan persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) sebagai “*the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job performance*” (suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut). Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa manfaat dari penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja dan prestasi kerja dalam menggunakannya (Namaha, 2020).

Kemanfaatan yang dapat dirasakan seseorang dalam penggunaan teknologi keuangan berbasis internet maupun *mobile* yaitu seseorang merasa percaya bahwa memanfaatkan suatu teknologi akan mengoptimalkan kinerja mereka, sehingga mereka berpikir itu akan membuat layanan lebih mudah digunakan dan membuat transaksi mereka lebih mudah diakses (Sati & Ramaditya, 2020). Manfaat yang

dirasakan seseorang dalam menggunakan teknologi dapat berbeda, tergantung kemampuan mereka dalam memanfaatkan dan menjalankan suatu teknologi tersebut (Kholid & Soemarso, 2018).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari et al., (2019) menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* pada masyarakat di Jabodetabek. Hasil tersebut juga didukung oleh Rahman dan Supriyanto (2022) yang menyatakan bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran. Berdasarkan pemaparan penelitian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis awal sebagai berikut:

H3 : Persepsi Manfaat memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan sejak bulan Juli sampai dengan Desember 2022. Penulis melakukan penelitian mendalam mengenai keputusan penggunaan LinkAja Syariah di Solo Raya. Penelitian dilakukan menggunakan kuesioner yang disebar kepada pengguna LinkAja Syariah yang berdomisili di Solo Raya.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini dijalankan dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah teknik yang penelitian yang didasari pada filsafat *positivism* (berdasarkan data empiris, populasi atau sampel tertentu yang digunakan sebagai penelitian sesuai dengan kriteria yang di tentukan) (Fauzi, 2009). Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel pada variabel yang digunakan untuk uji dan analisis data yang bersifat kuantitatif untuk didapatkan jawaban dari hipotesis yang telah diaplikasikan oleh peneliti disebut dengan pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2017).

Pada penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk medeskripsikan dan memberikan gambaran dari data yang telah didapatkan, diolah, dan di analisis untuk didapatkan sebuah hasil yang dapat mejadi sebuah informasi. Data yang dianalisis merupakan hasil penyebaran kuesioner mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan aplikasi LinkAja Syariah. Faktor yang digunakan pada penelitian ini diantaranya; persepsi

kepercayaan (*Trust*), Kemudahan penggunaan, dan manfaat.

3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi merupakan unsur yang ada dalam penelitian yang menjadi objek penelitian. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh pengguna aplikasi LinkAja Syariah yang berdomisili di wilayah Solo Raya yang tidak diketahui jumlahnya. Wilayah populasi pada penelitian ini mencakup pengguna aplikasi LinkAja Syariah yang berdomisili di Kota Surakarta, Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Sragen, Kabupaten Klaten, Kabupaten Sukoharjo, dan Kabupaten Wonogiri.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang berada dalam suatu populasi (A. W. Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Pada sebuah penelitian sampel menjadi suatu faktor penting yang harus ada, karena keberadaan sampel bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian karena besarnya populasi (Sugiyono, 2018). Menurut Syharyadi & Purwanto (2013) sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi perhatian.

Pada penelitian ini populasi yang digunakan merupakan semua pengguna aplikasi LinkAja Syariah yang berada di kawasan Solo Raya yang tidak diketahui dengan pasti jumlahnya, sehingga teknik penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan rumus *Unknown Population* sebagai berikut ini (Frendy, 2011) :

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,4$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

Z : Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada $\alpha = 10\%$ (derajat keyakinan ditentukan 90%) maka $Z = 1,96$

μ : Margin of error, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%).

Dari perhitungan yang telah dilakukan, maka diketahui sampel minimal yang harus digunakan pada penelitian ini sebesar 96,4 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 96 sebagai minimal pengumpulan responden yang merupakan pengguna aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.

3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini teknik sampel yang diambil menggunakan metode *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah pengumpulan sampel cara mengambil sampel secara acak (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini penetapan sebagian populasi yang diberikan kesempatan yang berbeda untuk dipilih menjadi sampel. Penentuan sampel dilakukan dengan pertimbangan pertimbangan tertentu yang dicantumkan pada kuesioner yang disebar, atau dikenal dengan *purposive sampling* (Hardani et al., 2020).

Persyaratan yang harus dipenuhi orang responden agar dapat menjadi bagian dari sampel dan populasi penelitian ini yaitu :

1. Memiliki akun dompet digital LinkAja Syariah.
2. Pernah bertransaksi menggunakan aplikasi LinkAja Syariah.

3. Berdomisili atau berada di kawasan Solo Raya yang mencakup Kota Surakarta, Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Sragen, Kabupaten Klaten, Kabupaten Sukoharjo, dan Kabupaten Wonogiri.

3.4 Data dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Pada penelitian ini, data yang digunakan merupakan jenis data primer. Data primer yaitu data yang di peroleh dan diambil secara langsung dari sumbernya (Sugiyono, 2018). Data didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui angket yang telah dibuat terhadap responden. Teknik pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden untuk dijawab dan kemudian akan dilakukan analisis terhadap kuisisioner yang diisi oleh responden (Sugiyono, 2018).

3.4.2 Data Sekunder

Perolehan data sekunder berasal dari lisan maupun tulisan mapun dokumentasi (Sugiyono, 2018). Sifat dari data sekunder sebagai pendukung keperluan dari data primer yang telah disebar melalui kuesioner berupa angket. Buku, jurnal dan internet merupakan referensi data sekunder yang mendukung dan berkorelasi antara analisis yang sedang dikerjakan.

3.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara metode membagikan kuesioner yaitu suatu teknik guna mengumpulkan data dengan mengedarkan pernyataan dan pertanyaan pada narasumber digunakan sebagai mendapatkan suatu respon yang memiliki kaitan terhadap analisis yang dilakukan

(Hanifudin, 2021). Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada para pengguna aplikasi LinkAja Syariah yang berada di kawasan Solo Raya. Pengumpulan data dilakukan menggunakan cara menyebar kuesioner. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan pengumpulan data secara langsung dilakukan dengan menyebarkan angket atau kuesioner dalam bentuk cetak.

Kuesioner pada penelitian ini akan digunakan sebagai akumulasi data pada populasi yang ada yang telah mengisi kuesioner yang disebarkan. Pada metode penyebaran kuesioner melalui angket diperlukan kehadiran responden karena pengisian kuesioner dilakukan secara langsung. Namun pengisian kuesioner dapat terwakilkan dengan sebuah pernyataan yang telah disusun dengan baik, dan pernyataan akan dibagikan kepada para responden (Hanifudin, 2021).

Penelitian pada analisis ini menerapkan penyebaran kuesioner dengan model skala Linkert. Model skala linkert merupakan skala yang digunakan untuk memberikan nilai terhadap sesuatu. Sakala linkert memiliki empat bulir-bulir atau lebih pertanyaan yang dikombinasikan yang membentuk skor/nilai (Fadjarani et al., 2020). Model dari skala likert adalah angka yang dijadikan skala untuk memberikan penilaian guna mengukur respon, persepsi, sikap tiap pengguna yang berbeda dengan memberikan rentang nilai (1-5) (Hermawan, 2019). Pada setiap pertanyaan yang diajukan akan memakai poin pengganti sebagai tanggapan responden dan setiap respon akan diukur menggunakan skala yang telah disediakan. Indeks yang diterapkan dalam skala linkert dengan skala diantaranya (Abubakar, 2021).

Skala linkert digunakan untuk mengukur sebuah nilai yang diantaranya; sangat tidak setuju - sangat setuju tidak dapat memperlihatkan skor dan nilai yang dapat dianalisis. Oleh karena itu skala linkert digunakan untuk memberikan nilai misalnya; sangat tidak setuju dengan diberi skor atau poin (1) dan setuju dengan skor paling tinggi (5) sebagai penilaian agar memudahkan untuk mendapatkan hasil pada saat melakukan pengolahan data dari responden yang telah mengisi google form.

Tabel 3.1
Skala Likert

No	Kriteria Penilaian	Poin
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Skala Linkert dapat menggunakan bentuk ceklis atau pilihan ganda. Namun pada penelitian ini menggunakan media ceklis.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah kriteria standar yang diberikan guna diamati sehingga informasi mengenai data yang dikumpulkan dan didapat serta diambil kesimpulanya (Hardani et al., 2020). Hubungan satu variabel dengan variabel lainnya berbeda satu sama lain, oleh karena itu ragam variabel penelitian dibedakan menjadi:

3.6.1 Variabel Independen (X)

Variabel bebas (*independent*) diartikan sebagai komponen yang memberikan pengaruh terhadap variabel yang menjadi sebab adanya perubahan atau berkembangnya sesuatu pada variabel terikat (Sugiyono, 2018). Dapat diartikan komponen ini sebagai komponen variabel bebas yang dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat dan hal-hal yang menyebabkan terjadinya penelitian. variabel bebas atau independen yang dipilih dalam penelitian ini adalah persepsi kepercayaan (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2) dan persepsi manfaat (X3).

3.6.2 Variabel Dependen (Y)

Pengaruh sebab akibat yang dikarenakan variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan penggunaan aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel adalah sebuah penjelasan mengenai analisis tentang jenis variabel dan gambaran dari variabel yang diamati berupa nama variabel, indikator variabel yang dipakai dalam peneliti (Sugiyono, 2018). Penelitian terdiri dari 3 variabel bebas yang akan diteliti, persepsi kepercayaan (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2) dan persepsi manfaat (X3) sebagai variabel bebas, serta keputusan penggunaan aplikasi LinkAja Syariah (Y) sebagai variabel dependen. Berikut ini dijelaskan tabel mengenai konsep dan indikator penelitian yang dicantumkan pada tabel berikut:

Tabel 3. 2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Persepsi Kepercayaan (X1)	Kepercayaan merupakan aspek terpenting dalam membangun hubungan bisnis karena kepercayaan menciptakan komitmen diantara keduanya. Menurut Hawes dkk (1989) kepercayaan yaitu suatu hubungan timbal balik antara seorang nasabah dengan orang lain harus saling percaya supaya pertukaran dapat terjadi secara baik atau efektif.	1. Kemampuan (<i>Ability</i>) 2. Perbuatan Baik (<i>Benovelence</i>) 3. Integritas (<i>Integrity</i>) 4. Keyakinan Penggunaan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	Berdasarkan teori Davis (1989) kemudahan penggunaan adalah kepercayaan terhadap penggunaan suatu teknologi yang sangat mudah, yaitu berapa jauh seseorang menyakini bahwa sebuah layanan teknologi dapat dengan mudah dioperasikan dan menghindari berbagai bentuk masalah.	1. Mudah untuk dipelajari (<i>Easy to Learn</i>) 2. Jelas dan dapat dimengerti (<i>Clear & Understandable</i>) 3. Fleksibel (<i>Flexible</i>) 4. Mudah untuk digunakan (<i>Easy to Use</i>)
Persepsi Manfaat (X3)	Davis (1989) mendefinisikan persepsi manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>) sebagai “ <i>the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job performance</i> ” (suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut).	1. Mempercepat proses. 2. Menambah tingkat produktivitas individu. 3. Mampu meningkatkan efektivitas. 4. Bermanfaat bagi individu.
Keputusan Penggunaan (Y)	Menurut Subianto (2007) suatu perilaku konsumen dapat menentukan tindakan atau proses pengambilan	1. Mengenali suatu kebutuhan 2. Berkelanjutan dan terus memprioritaskan

	keputusan. Keputusan adalah suatu proses kegiatan yang dapat dilakukan oleh semua orang dimana saja dan kapan saja, dan keputusan ini termasuk keputusan tentang kegiatan suatu individu	penggunaan pada produk atau layanan tertentu 3. Mengevaluasi alternatif lain 4. Keputusan penggunaan
--	--	--

3.7 Teknis Analisis Data

Teknik analisa data merupakan cara penelitian yang dilaksanakan pasca data-data dari seluruh responden telah didapatkan sesuai dengan jumlah responden yang diinginkan. Analisis digunakan untuk mengelompokan data sesuai dengan pernyataan variabel X atau Y dan jenis responden yang telah mengisi angket, berdasarkan data yang bersumber dari semua narasumber yang menjawab pernyataan, data dari setiap jawaban akan disajikan dan diteliti serta melakukan perhitungan dengan aplikasi SPSS guna menanggapi rumusan masalah.

3.8.1 Uji Instrumen

Bertujuan guna membuktikan validitas instrumen penelitian yang akan digunakan. Dilakukanya uji validitas digunakan untuk mengetahui kebenaran dari pernyataan kuesioner penelitian. Hasil instrument dalam penelitian harus reliabel. Keandalan instrument dapat diketahui dengan melakukan uji realibitas instrument.

1. Uji Validitas

Merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur ketepatan instrument yang digunakan pada penelitian yang sedang dilakukan (Sugiyono, 2018). Uji validitas umumnya bertujuan untuk mengukur tingkat keakuratan atau kebenaran pada setiap indikator pernyataan dalam variabel kepercayaan, kemudahan dan manfaat

penggunaan. Standar sebuah instrument dianggap valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai sig (signifikasi) 0.05 (Ghozalli, 2011).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui bahwa penelitian yang dilakukan menghasilkan data yang reliabel (konsisten) atau tetap. Pengujian realibitas bertujuan untuk mengetahui hasil dari pengukuran apakah setelah dilakukan pengujian hasilnya masih tetap konsisten atau tidak apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih dengan menggunakan alat ukur yang sama (Sugiyono, 2014).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dalam pengujian untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang di dapatkan memiliki ketetapan dalam penilaian atau pendapat, tidak biasa dan konsisten. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji kelayakan data untuk dianalisis dengan non parametik atau statistik parametik. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi dari data yang diperoleh, hasil data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal begitun sebaliknya. Nilai residual data dinyatakan normal apabila nilai sig $< 0,05$ (sugiyono, 2018).

2. Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas adalah pengujian yang memiliki fungsi guna menguji ditemukan adanya hubungan antara variabel bebas (independen) pada data yang telah di olah dengan jenis uji regresi. Apabila model regresi mengandung adanya gejala multikolinearitas maka terjadi korelasi mendekati sempurna antar seluruh variabel bebas. Multtikplinearitas dapat dideteksi dengan kriteria berikut, nilai VIF > 10 dikatakan bahwa terjadi kolinearitas variabel dan apabila nilai tollarance < 0.1 maka dikatakan terjadi kolinearitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya korelasi di anantara variabel bebas (Ghozali, 2013).

3. Uji Heteroskedastisitas

Merupakan uji variance dari sisa suatu pengamatan pada kepengamatan lain. (Priyono, 2010). *Variance* residual suatu pandangan kepengamatan lain tetap, dikatakan sebagai homoskedastisitas sedangkan apabila adanya perbedaan disebut heteroskedastisitas. Jadi model regresi yang baik adalah tidak terjadinya gejala heterosekedastisitas (Wibisono, 2013).

3.8.3 Uji Ketetapan Model

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah variabel pada penelitian dapat dikatakan sehat atau tidak. Uji F dapat di lihat dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, kriteria pengambilan keputusan membandingkan nilai f hitung dan f tabel, apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dikatakan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali Imam, 2013).

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan sebagai ukuran untuk melihat seberapa jauh kemampuan variabel independen berpengaruh terhadap variabel terikat menggunakan analisis korelasi. Nilai yang diperoleh dari hasil uji akan menjadi informasi terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap variabel dependen (Imam Ghazali, 2011). Analisis hubungan memiliki tujuan untuk mengetahui secara dasar apakah korelasi antar variabel yang terikat kuat atau tidak.

Nilai uji ini berada pada kisaran angka nol dan satu. Nilai koefisien yang mendekati satu menunjukkan adanya pengaruh variabel bebas (X) yang kuat terhadap variabel terikat (Y). Sebaliknya apabila nilai koefisien semakin kecil atau mendekati nol, diartikan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah tidak signifikan terhadap variabel terikat (Y) (petra, 2019).

3.8.4 Uji Regresi Linier Berganda

Dengan menggunakan Uji ini, digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap Variabel dependen yang berfungsi untuk meramalkan atau memprediksi nilai dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Priyono, 2010). Uji regresi linier berguna untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan memperlihatkan arah dari hubungan variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2009). Persamaan umum dari regresi linier berganda adalah:

$$(Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon)$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

α = konstanta

B1 B2 B3 = Koefisien regresi

X1= Variabel *trust* (Kepercayaan)

X2 = Variabel *ease of use* (kemudahan)

X3= Variabel *perceived Usefulness* (Manfaat Penggunaan)

3.8.5 Uji Hipotesis

1. Uji t-test

Pengujian memiliki tujuan guna mengetahui apakah setiap variabel tersendiri mempunyai signifikansi yang berpengaruh terhadap variabel terikat. Diartikan juga uji statistik t, memiliki peran untuk memahami apakah dari setiap variabel independen secara mandiri dapat menerangkan perubahan pada variabel dependen yang terjadi secara nyata. Hasil pengujian ini dilihat melalui tabel koefisien pada kolom signifikansi.

Dinyatakan adanya pengaruh apabila variabel independen dengan variabel dependen memiliki hubungan, model nilai uji ini apabila nilai $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$ dengan nilai signifikansinya $(\alpha) < 0,05$ atau 5% maka H_0 ditolak. Sebaliknya apabila $t_{\text{statistik}} < t_{\text{tabel}}$ dengan nilai signifikansi $(\alpha) > 0,05$ atau 5% maka H_0 diterima, dan dengan koefisien parameter bertanda negative maka hipotesis tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil dari analisis data yang valid digunakan untuk mendukung hipotesis yang diungkapkan. Tingkat sig yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 5%.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Survei Kementerian Komunikasi dan Informatika menyatakan bahwa frekuensi penggunaan dompet digital di Indonesia semakin mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Hasil survei frekuensi penggunaan dompet digital pada tahun 2021 menunjukkan bahwa dari 10.000 responden, hanya 4% responden saja yang tidak menggunakan dompet digital sama sekali. Hal tersebut menunjukkan bahwa hampir semua responden pernah menggunakan dompet digital.

LinkAja Syariah merupakan salah satu aplikasi *e-wallet* yang diminati masyarakat, karena aplikasi tersebut menawarkan banyak keuntungan bagi penggunanya (Rizaldi et al., 2021). LinkAja Syariah adalah salah satu aplikasi *digital payment* yang tergolong baru, namun minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi ini sangat besar. Hal tersebut terlihat dari perkembangan penggunanya yang meningkat pesat, sehingga LinkAja Syariah mampu menjadi salah satu aplikasi pembayaran digital terpopuler di Indonesia pada tahun 2022.

LinkAja Syariah merupakan salah satu aplikasi digital yang telah berprinsip syariah (linkaja.id, 2019). Mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama islam, membuat LinkAja Syariah memiliki potensi yang sangat besar untuk terus berkembang. Akan tetapi, jika dilihat dari data aplikasi digital dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia, terlihat bahwa LinkAja Syariah masih tergolong kecil dan memiliki pangsa pasar yang rendah jika dibandingkan dengan aplikasi dompet digital lainnya.

Hasil survei yang dilakukan MarkPlus Inc, menunjukkan bahwa total keseluruhan kapasitas transaksi masih menjadi yang terendah sebesar (18,9%), dari presentase yang dipaparkan LinkAja Syariah masih kalah jumlah transaksi dengan dompet digital lainnya seperti ShopeePay (56,4%), OVO (58,9%), GoPay (58,4%), dan DANA (54%) Dikarenakan pengguna dari LinkAja Syariah masih minim, maka potensi masyarakat untuk menggunakan layanan LinkAja Syariah juga akan berkurang apabila dilihat dari persaingan yang terjadi (Rohman, 2022).

Masih kecilnya pangsa pasar dan pengguna LinkAja Syariah membuat LinkAja Syariah harus membuat strategi yang tepat dengan memanfaatkan peluang yang ada agar minat masyarakat untuk menggunakan layanan LinkAja Syariah semakin meningkat. Salah satu hal yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan penyusunan strategi yaitu dengan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan LinkAja Syariah. Ketika faktor tersebut sudah didapatkan, maka perusahaan akan dapat meningkatkan dan memprioritaskannya, sehingga nantinya keputusan masyarakat untuk menggunakan LinkAja Syariah juga akan mengalami peningkatan (Rizaldi et al., 2020).

Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya. Penelitian dilakukan di wilayah Solo Raya karena wilayah tersebut merupakan salah satu wilayah di Jawa dengan dengan perputaran ekonomi yang pesat.

4.1.1 Deskripsi Responden

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskriptif responden berdasarkan tingkat usia dapat dilihat pada tabel yang disajikan dibawah ini.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	29	29%
2	Perempuan	71	71%

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Dari penyajian hasil deskripsi tersebut, terlihat bahwa jumlah responden Laki-laki sebanyak 29 orang dengan persentase sebesar 29%, dan responden Perempuan berjumlah 71 orang dengan persentase 71%.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden	Jumlah	Persentase
1	15-24 Tahun	68	68%
2	25-34 Tahun	16	16%
3	35-44 Tahun	9	9%
5	Lebih dari 45 Tahun	7	7%

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Dari penyajian hasil deskripsi tersebut, terlihat bahwa jumlah responden dengan usia 15-24 tahun sebanyak 68 orang dengan persentase sebesar 68%, selanjutnya responden berusia 25-34 tahun sebanyak 16 orang dengan persentase 16%, responden berusia 35-44 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 9%, dan responden berusia lebih dari 45 tahun berjumlah 7 orang dengan persentase 7%.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMP	3	3%
2	SMA	52	52%
3	Diploma	15	15%
4	Sarjana	30	30%

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden yang berpendidikan SMP sebanyak 3 orang dengan persentase sebesar 3%, kemudian responden dengan pendidikan SMA sebanyak 52 orang dengan persentase 52%, responden dengan tingkat pendidikan Diploma sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 15% dan responden dengan pendidikan Sarjana sebanyak 30 orang dengan persentase 30%.

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaannya

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	44	44%
2	Karyawan Swasta	19	19%
3	PNS	8	8%
4	Wiraswasta	10	10%
5	Lainnya	19	19%

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel pemaparan responden yang didasarkan dengan pekerjaan yang dijalani diatas, 44 orang menyatakan bahwa mereka adalah Pelajar/Mahasiswa dengan persentase responden sebesar 44%, berikutnya 19 orang Karyawan Swasta dengan persentase sebesar 19%. Hasil lainnya menunjukkan sebanyak 8 orang

menyatakan sebagai PNS dengan tingkat persentase 8%, 10 orang Wiraswasta dengan tingkat persentase 10%, dan sisanya sebanyak 19 orang menyatakan menjalankan pekerjaan Lainnya.

4.2 Pengujian dan Analisis Data

4.2.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Pengujian dilakukan untuk melihat valid atau tidaknya suatu variabel penelitian melalui respon hasil responden menjawab pernyataan kuesioner. Uji validitas dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel, begitu juga sebaliknya. Dari penjelasan yang dipaparkan atas, hasil olah data diterangkan tentang uji validitas penelitian yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Presepsi Kepercayaan (X1)	X1	0,806	0,165	Valid
	X2	0,709	0,165	Valid
	X3	0,825	0,165	Valid
	X4	0,802	0,165	Valid
Presepsi Kemudahan (X2)	X5	0,839	0,165	Valid
	X6	0,797	0,165	Valid
	X7	0,727	0,165	Valid
	X8	0,719	0,165	Valid
Presepsi Manfaat Penggunaan (X3)	X9	0,693	0,165	Valid
	X10	0,795	0,165	Valid
	X11	0,841	0,165	Valid
	X12	0,874	0,165	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	Y1	0,739	0,165	Valid
	Y2	0,766	0,165	Valid
	Y3	0,818	0,165	Valid
	Y4	0,803	0,165	Valid

Sumber: Data kuesioner yang diolah tahun 2023

Hasil pengujian validitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa semua pernyataan yang diajukan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner dianggap valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian ini digunakan sebagai alat pengukur konsistensi instrument pengumpulan data yang digunakan, yang umumnya berupa kuesioner. Pada penelitian ini rumus koefisien yang diterapkan adalah batas bawah nilai reliabilitas, dengan cara membandingkan nilai alfa (α) dengan standarnya, dikatakan reliabel apabila α *Cronbach Alpha* > nilai batas.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Indikator	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Hasil
1	Persepsi Kepercayaan (X1)	0,794	Reliabel
2	Persepsi Kemudahan (X2)	0,772	Reliabel
3	Persepsi Manfaat Penggunaan (X3)	0,810	Reliabel
4	Keputusan Penggunaan (Y)	0,787	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil uji ini terhadap kuesioner menggunakan aplikasi *SPSS* 26, diketahui bahwa seluruh hasil uji reliabilitas memperlihatkan nilai *cornbach's Alpha* > 0,70 (nilai batas), sehingga ditarik kesimpulan dari seluruh pernyataan kuesioner layak digunakan sebagai pengukuran data kuesioner.

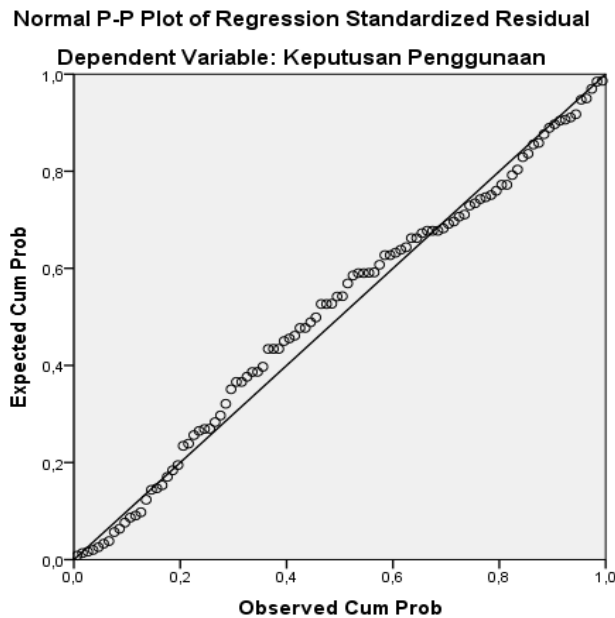
4.2.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat model regresi apakah terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian dilakukan dengan melalui pendekatan uji P-

Plot dan uji *kolmogrov smirnov*. Data dapat dikatakan normal apabila hasil pengujian *kolmogrov smirnov test* memiliki nilai sig (signifikasi) > 0,05.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas P-Plot



Hasil dari uji ini menunjukkan penyebaran titik cukup dekat dengan garis diagonal sehingga dikatakan bahwa uji normalitas terpenuhi. secara keseluruhan data dari penelitian ini dianggap memiliki distribusi normal. Kesimpulan tersebut juga didukung dari hasil uji normalitas *kolmogrov smirnov test* berikut ini.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,22635940
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,044
	Negative	-,073
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023

Hasil uji normalitas yang dilakukan menggunakan bantuan SPSS menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan nilai *Asym. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan data penelitian terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan guna mengetahui terdapat atau tidaknya hubungan antara variabel bebas. Model dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila memiliki nilai $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0.10$. Hasil perhitungan uji multikolinearitas dari data yang telah diolah dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Persepsi Kepercayaan	,994	1,006
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,740	1,352
Persepsi Manfaat	,742	1,347

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2023

Nilai Tolerance ditunjukkan dalam hasil pengujian Presepsi Kepercayaan sebesar 0.994, Persepsi Kemudahan Penggunaan sebesar 0.740, dan Persepsi Manfaat penggunaan 0.742. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel penelitian memiliki nilai tolerance > 0.10 . Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan mendeteksi terjadinya gejala heteroskedastisitas dengan menggunakan pendekatan Uji Glejser. Hasil pengujian

dapat dikategorikan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berikut hasil uji yang diperoleh:

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,972	1,157		2,568	,012
Persepsi Kepercayaan	-,021	,041	-,050	-,500	,619
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,000	,054	,000	-,004	,997
Persepsi Manfaat	-,094	,052	-,208	-1,798	,075

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2023

Hasil pengujian menunjukkan nilai Signifikansi Persepsi Kepercayaan sebesar 0.619, Persepsi Kemudahan Penggunaan sebesar 0.997 dan Persepsi Manfaat sebesar 0,075. Artinya ketiga variable tersebut memiliki nilai Signifikansi lebih besar dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas pada penelitian ini.

4.2.3 Uji Ketetapan Model

1. Uji F

Uji yang secara simultan untuk melihat variabel persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat penggunaan secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan pada keputusan penggunaan LinkAja Syariah. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. F_{hitung} dapat dianalisis dengan rumus $F_{tabel} = (k; n-k)$ pada standar signifikansi sebesar 0,05 atau 5% . diperoleh f_{tabel} pada penelitian ini diperoleh $(3;97) = 2.70$. Hasil hipotesis yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	94,468	3	31,489	20,303	,000 ^b
	Residual	148,892	96	1,551		
	Total	243,360	99			

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2023

Hasil pengolahan uji f menunjukkan Sig (signfikan) $0,000 < 0,05$ dengan hasil F-hitung sebesar 20,303 ($F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$) = $20,303 > 2,70$. Artinya dapat dinyatakan bahwa Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Manfaat secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya peran atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Koefisien determinasi yang baik yaitu model yang mendekati satu (1) dan sebaliknya. Berikut hasil pengujian koefisien determinasi:

Tabel 4.11
Hasil Uji Determinasi R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623 ^a	,388	,369	1,24537

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2023

Analisis variabel bebas terhadap variabel terikat yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,369. Berarti keseluruhan dari variabel bebas yakni Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Manfaat ikut serta secara bersamaan dengan nilai 36,9% terhadap variabel terikat yakni Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah, sedangkan sisanya 63,1% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian.

4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan sebagai pengukuran pengaruh secara kuantitatif linier berganda dari setiap komponen diantaranya; persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat penggunaan terhadap keputusan penggunaan aplikasi LinkAja Syariah. Berikut hasil yang diperoleh:

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,074	1,925		2,117	,037
Persepsi Kepercayaan	,153	,069	,178	2,221	,029
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,407	,090	,420	4,529	,000
Persepsi Manfaat	,238	,087	,253	2,727	,008

Sumber : Data yang diolah pada tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas yakni hasil olah data regresi, maka didapatkan persamaan regresi berikut ini:

$$Y = 4,074 + 0,153 X1 + 0,407 X2 + 0,238 X3 + e$$

Berikut adalah penjelasan dan interpretasi dari uji persamaan regresi linier berganda:

- a) Nilai konstanta (a) 4,074 yang artinya Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat dikatakan tidak mengalami penambahan atau pengurangan atau kostan, sehingga Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah sebesar 4,074.
- b) Koefisien regresi Persepsi Kepercayaan (X1) menunjukkan nilai sebesar 0,154, yang memiliki arti apabila Persepsi Kepercayaan mengalami

kenaikan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah sebesar 0,154 atau 15,4 %.

- c) Koefisien regresi Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) menunjukkan nilai sebesar 0,407, yang memiliki arti apabila Persepsi Kemudahan Penggunaan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah sebesar 0,407 atau 40,7 %.
- d) Koefisien regresi Persepsi Manfaat (X3) menunjukkan nilai sebesar 0,238 yang memiliki arti apabila Persepsi Manfaat mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah sebesar 0,238 atau 23,8 %.

Berdasarkan uraian hasil disimpulkan Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh paling dominan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah yaitu sebesar 40,7 %.

4.2.5 Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji ini digunakan untuk menguji kegunaan dari koefisien regresi parsial. Pengajuan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} $\alpha = 0,05$. Uji parsial dianggap signifikan apabila hasil perhitungan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan tingkat kepercayaan 95% dan signifikansi $\alpha 0,05$. Jika $Sig < 0,05$ atau $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} Hipotesis diterima jika $Sig > 0,05$ atau $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} maka Hipotesis ditolak. T_{tabel} dapat diketahui dengan rumus $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1)$, sehingga diketahui t_{tabel} sebesar 1,984. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.13
Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,074	1,925		2,117	,037
Persepsi Kepercayaan	,153	,069	,178	2,221	,029
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,407	,090	,420	4,529	,000
Persepsi Manfaat	,238	,087	,253	2,727	,008

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2023

Berdasarkan dari hasil olah data uji t diatas, maka dapat di intrepentasikan sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesis pertama (H1)

Nilai sig variabel Persepsi Kepercayaan $0,029 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar 2,221 lebih besar dari t tabel (1,984). Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima, artinya bahwa Presepsi Kepercayaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.

b. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Nilai sig variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar 4,529 lebih besar dari t tabel (1,984). Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa H2 diterima, artinya bahwa Presepsi Kemudahan Penggunaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Nilai sig variabel Persepsi Manfaat sebesar $0,008 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar 2,727 lebih besar dari t tabel (1,984). Sehingga bisa ditarik kesimpulan

bahwa H3 diterima, artinya bahwa Persepsi Manfaat (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.

4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data

4.3.1 Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah

Hasil analisis data yang telah dilakukan melalui uji t menunjukkan nilai Sig. variable Persepsi Kepercayaan sebesar $0,029 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar 2,221 lebih besar dari t tabel 1,984. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya Persepsi Kepercayaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.

Responden menyatakan bahwa mereka percaya terhadap keamanan fasilitas keuangan digital yang ditawarkan oleh LinkAja Syariah, karena Aplikasi LinkAja Syariah merupakan salah satu aplikasi yang dibuat oleh Perusahaan BUMN yang telah berdiri sejak lama. Kepercayaan merupakan aspek penting yang membangun hubungan bisnis, karena kepercayaan menjadi dasar terciptanya sebuah komitmen diantara keduanya.

Menurut Hawes dkk (1989) kepercayaan merupakan dasar terjadinya suatu hubungan timbal balik antara satu pihak dengan pihak lain berkaitan dengan terjadinya suatu transaksi secara baik dan efektif. Kotler (2012) mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan citra pada suatu merek maupun produk. Kepercayaan adalah sebuah penentu utama niat pengguna dan menjadi sebuah isu penting dalam transaksi online. Kepercayaan

dianggap sebagai keandalan institusi untuk menciptakan hubungan dengan mitra bisnisnya, hal ini dipengaruhi oleh faktor perseorangan, mutu, fungsi atau ketulusan (Fitri, 2019).

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Puspitasari & Syafarudin, 2021) yang menyatakan bahwa bahwa Kepercayaan memiliki berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk perusahaan. Hal tersebut didukung oleh penelitian Prasetya & Azizah yang menyatakan terdapat pengaruh positif kepercayaan terhadap keputusan (Prasetya & Azizah, 2022). Penelitian Adzhani (2017) juga menyatakan bahwa kompatibilitas dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*. Hasil yang sama juga diungkapkan oleh Fatonah & Hendratmoko (2020) yang menyimpulkan bahwa persepsi kepercayaan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan *e-money*.

4.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah

Hasil analisis data yang telah dilakukan melalui uji t menunjukkan nilai Sig. variable Persepsi Kemudahan Penggunaan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar 4,529 lebih besar dari t tabel 1,984. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, artinya Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.

Persepsi kemudahan penggunaa (*Ease OF Use*) adalah standar atau ekspektasi seseorang dalam mengukur sejauh mana rasa percaya bahwa menggunakan teknologi dapat meningkatkan kemudahan kinerja dari sistem

pembayaran yang telah digunakan (Arifiyanto & Kholidah, 2021). Persepsi kemudahan menjadi faktor pertimbangan niat dikarenakan seseorang menggunakan suatu sistem dengan tujuan untuk memudahkan mereka aktivitas sehari-hari (Yani et al., 2018).

Penggunaan LinkAja Syariah menjadi pertimbangan karena dompet digital yang diinginkan mampu membantu transaksi ekonomi di era digital pada saat ini karena dianggap fleksibel. Berdasarkan teori Davis (1989) kemudahan penggunaan adalah kepercayaan terhadap penggunaan suatu teknologi yang sangat mudah, yaitu berapa jauh seseorang menyakini bahwa sebuah layanan teknologi dapat dengan mudah dioperasikan dan menghindari berbagai bentuk masalah (Rodiah & Melati, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putritama & Sari (2020) yang menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan e-money pada generasi milenial. Hasil tersebut juga didukung oleh Agustino et al., (2021) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada pengguna *e-wallet* di Kota Banjarmasin. Ningsih et al., (2021) juga mengungkapkan hal yang sama, dimana Persepsi kemudahan penggunaan, berpengaruh terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa.

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya. Artinya ketika

kemudahan penggunaan aplikasi tersebut meningkat maka secara tidak langsung akan berdampak pada peningkatan keputusan konsumen untuk menggunakan layanan Aplikasi LinkAja Syariah.

4.3.3 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah

Hasil analisis data yang telah dilakukan melalui uji t menunjukkan nilai Sig. variabel Persepsi Manfaat sebesar $0,008 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar 2,727 lebih besar dari t tabel 1,984. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, artinya Persepsi Manfaat (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.

Davis (1989) mendefinisikan persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) sebagai “*the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job performance*” (suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut). Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa manfaat dari penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja dan prestasi kerja dalam menggunakannya (Namaha, 2020).

Kemanfaatan yang dapat dirasakan seseorang dalam penggunaan teknologi keuangan berbasis internet maupun *mobile* yaitu seseorang merasa percaya bahwa memanfaatkan suatu teknologi akan mengoptimalkan kinerja mereka, sehingga mereka berpikir itu akan membuat layanan lebih mudah digunakan dan membuat transaksi mereka lebih mudah diakses (Sati & Ramaditya, 2020). Manfaat yang dirasakan seseorang dalam menggunakan teknologi dapat

berbeda, tergantung kemampuan mereka dalam memanfaatkan dan menjalankan suatu teknologi tersebut (Kholid & Soemarso, 2018).

LinkAja Syariah merupakan salah satu aplikasi keuangan digital yang sangat bermanfaat bagi penggunannya. Melalui aplikasi tersebut, pengguna dapat dengan mudah melakukan berbagai aktifitas transaksi keuangan, seperti transfer dan juga transaksi lainya seperti pembelian pulsa, pembayaran listrik dan lain sebagainya. Adanya berbagai layanan dan fasilitas yang ditawarkan tersebut membuat penggunanya dapat melakukan transaksi keuangan secara fleksibel, artinya transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja (Rizaldi et al., 2021).

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahman dan Supriyanto (2022) yang menyatakan bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran. Hasil yang sama juga disampaikan Rizaldi et al. (2021) yang menyimpulkan bahwa, manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan alat pembayaran digital LinkAja Syariah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan dan dijelaskan secara detail pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hasil sebagai berikut:

1. Persepsi Kepercayaan terbukti memiliki pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan terbukti memiliki pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.
3. Persepsi Manfaat terbukti memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menemukan beberapa keterbatasan dalam penelitian yang telah dilakukan. Keterbatasan penelitian terlihat dari beberapa aspek, diantaranya yaitu variabel pada penelitian ini terbatas hanya terdiri dari 3 faktor yang mempengaruhi keputusan, yaitu persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat. Keterbatasan juga terlihat dari wilayah penelitian yang hanya terfokus pada pengguna aplikasi LinkAja Syariah yang berada di kawasan Solo Raya.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan beberapa keterbatasan yang ditemui oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan bagi perusahaan terkait serta bagi penelitian

selanjutnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi LinkAja Syariah, sehingga perusahaan disarankan untuk menjaga dan meningkatkan semua faktor tersebut agar mampu bersaing dan meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi LinkAja Syariah.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian terhadap faktor yang lebih luas lagi, karena dalam penelitian ini hanya terbatas pada persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat saja, selain itu penelitian selanjutnya juga diharapkan untuk melakukan penelitian dengan cakupan yang lebih luas lagi, karena wilayah penelitian ini hanya terbatas di wilayah Solo Raya saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian* (SUKA-Press (ed.)).
- Adzhani, A. A. (2017). ANALISIS PENGARUH KOMPATIBILITAS, KEPERCAYAAN DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BANK JATIM DI SURABAYA. *Artikel Ilmiah*.
- Agustino, L., Ujianto, & Yousida, I. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 402–422.
- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-pay pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 88–103.
- Arifiyanto, M., & Kholidah, N. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Promosi terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik berbasis server. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 7(3), 697–706. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31390>
- Bank Indonesia. (2020). *Apa itu Uang Elektronik*.
- Batin, M. H. (2019). PENGARUH CITRA BANK, KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN NASABAH, PENANGANAN KELUHAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK SUMSEL BABEL KANTOR CAPEM SYARIAH UIN RADEN FATAH PALEMBANG. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 45–58.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information. *Management and Buisness Review*, Vol 5 No 7, Page 369-378.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information System Quartely*, 319–358.
- Davis, Fred D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewi, I. R. (2022). *LinkAja Masih Bisa Bersaing Dikepung Gopay, Shopeepay, OVO?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220628100840-37-350937/linkaja-masih-bisa-bersaing-dikepung-gopay-shopeepay-ovo>
- Dharmawan, S. A. (2018). PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI SELF- SERVICE TECHNOLOGY (SST) TERHADAP

PERILAKU NASABAH PRIORITAS. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis Ke-3*, 572–578.

Dwi, H. J. (2021). *UMKM Pengguna QRIS Meningkat 316% Selama Pandemi Covid-19* / *Databoks*. Katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/umkm-pengguna-qrisk-meningkat-316-selama-pandemi-covid-19>

Fadjarani, S., Rosali, ely satiyasih, Patimah, S., Liriwati, fahrina yustiasari, Nasrullah, Srikaningsih, A., Daengs, A., Pinem, robetmi jumpakita, Harini, H., Sudirma, A., Ramlan, Falimu, Safriadi, Nurdiyani, N., Lamangida, T., Butarbutar, M., Wati, N., Rahmad, A., Citriadin, Y., ... Nugraha, M. safwandy. (2020). *metodologi penelitian pendekatan multidisipliner* (abdul Rahmad (ed.); pertama). Ideas.

Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Millennial Menggunakan E-Money. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209–217. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN%0AMenguji>

Fatuh, M., & Widyastuti. (2017). Pengaruh promosi penjualan, perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap keputusan menggunakan transportasi online (studi pada pengguna uber di surabaya pusat). *Jurnal Ilmu Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, 5(4).

Fauzi, M. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*. Walisongo Press.

Frendy. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.

Hardani, Nur, H. A., Helmina, A., Roushandy, A. F., Jumari, U., Evi, F. U., Muhammad, F., Dhika, J. S., & Ria, R. I. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Husnu Abadi (ed.); I). Pustaka Ilmu. <https://www.pustakailmu.co.id>

Hawes, J. M., Mast, K. E., & Swan, J. E. (1989). Trust Earning Perceptions of Sellers and Buyers. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, IX. <https://doi.org/10.1080/08853134.1989.10754508>

Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Mixed Method* (C. Sri Rahayu (ed.); 1st ed.). Hidayatul Quran Kuningan.

Ika, F., Shela, P. P., & Irianto, D. (2020). Minat Penggunaan Cashless Payment System – Dompot Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unj. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.1.01>

Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Vol. 6, Issue 2). Andi Offset.

Josef, E. S., Atifah, R., & Suci, R. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal*

- KBBI. (2008). *Kamus besar bahasa Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). ANALISIS PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN NASABAH DAN KEBERMANFAATAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-BANKING PADA PT BANK BNI SYARIAH KCP MAGELANG. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 49–57.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2003). ANTECEDENTS OF CONSUMER TRUST IN B-TO-C ELECTRONIC COMMERCE. *Proceedings of the Americas Conference on Information Systems 2013*, 157–167.
- KKBI. (2020). Kamus Besar Bahasa Indonesia. *KKBI Online*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (4th ed.).
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Kurniawan, D., Tumbuan, W. J. F. A., & Roring, F. (2021). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi E-Money Fintech Pada Mahasiswa Di Universitas Sam Ratulangi Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.34981>
- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., & Malik, N. (2021). Literasi dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi QR Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Kelompok Milenial. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 05(01), 23–30.
- Latief, F., & Dirwan. (2020). PENGARUH KEMUDAHAN, PROMOSI, DAN KEMANFAATAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN UANG DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30.
- linkaja.id. (2019). *Layanan Uang Elektronik Syariah Indonesia | LinkAja*.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Narasati, M. (2020). Financial Technology (Fintech) Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Islam. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 2(2), 155–170.
- Nik Azman, N. H., & Md Zabri, M. Z. (2022). SHARĪAH-COMPLIANT FINTECH USAGE AMONG MICROENTREPRENEURS IN MALAYSIA: AN EXTENSION OF UTAUT MODEL. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 8(2), 305–324.
<https://doi.org/10.21098/jimf.v8i2.1417>
- 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.
- Nugraha, R. A. (2017). PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING BANK CENTRAL ASIA DI MOJOKERTO. *Artikel Ilmiah*.
- Osman, S., Jabaruddin, N., Zon, A. S., Jifridin, A. A., & Zolkepli, A. K. (2021). Factors influencing the use of E-wallet among millennium tourist. *Journal of Information Technology Management*, 13(3), 70–81. <https://doi.org/10.22059/jitm.2021.83114>
- Prasetya, H., & Azizah, N. (2022). Apakah Persepsi Konsumen Mengenai Risiko dan Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Keputusan. *JESYA Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Islam*, 5(2), 2108–2116. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.765>
- Prastiwi, I. E. (2018). Pengaruh Persepsi Anggota pada Sharia Compliance, Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam Terhadap Customer's Trust yang Berdampak pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Bmt Amanah Ummah Sukoharjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(01), 28–40.
- Purwanto, S. &. (2013). *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Salemba Empat.
- Puspitasari, D., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perusahaan Pembiayaan Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Intervening:(Studi Kasus Di Perumahan Jatinegara Indah Kecamatan Cakung). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 147–167.
- Putritama, A., & Sari, R. S. P. (2020). Factors Affecting Millennial Generation Interest of Using E-Money. *Jurnal Economia*, 16(2), 245–256. <https://doi.org/10.21831/economia.v16i2.29471>
- Qulub, A. S. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Cirebon)*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Rahman, A. F. S. K., & Supriyanto. (2022). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI METODE PEMBAYARAN PADA MASA PANDEMI. *Asian Scientific Journal of Islamic Finance*, 1(1), 1–21. <https://journal.uinsi.ac.id/index.php/ASJIF/article/view/4739>
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168.

- 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), 121–140. <https://doi.org/https://doi.org/10.22373/jose.v2i2.1307>
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80.
- Rohman, F. (2022). *Mengenal 6 Dompok Digital Terbaik di Indonesia*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/intan/berita/6249b508a22ca/mengenal-6-dompok-digital-terbaik-di-indonesia>
- Rousseau, D. M., Sitki, S. B., Bur, R. S., & Camere, C. (1998). TO SPECIAL TOPIC FORUM NOT SO DIFFERENT AFTER ALL : A CROSS- DISCIPLINE VIEW OF TRUST. *Academy of Management Review*, 23(3), 393–404.
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, & Vidyasari, R. (2019). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Produk GoPay Dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna Di Wilayah Jabodetabek). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 126–134.
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, M. (2020). Effect Of Perception Of Benefits , Easy Perception Of Use , Trust And Risk Perception Towards Interest Using E-Money (Case Study Of Consumers Who Use The Metland Card). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 11, 1–19.
- Sayekti, F. ;, & Putarta, P. (2016). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 3, 196–209.
- Septi, N. F., & Aries, D. I. (2021). Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OVO. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 02(02), 85–93. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/39738>
- Subianto, T. (2007). STUDI TENTANG PERILAKU KONSUMEN BESERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3(3), 165–182.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&DI*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhari, Y. (2008). Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, XIII(2), 140–146.
- Ulfi, I. (2020). TANTANGAN DAN PELUANG KEBIJAKAN NON-TUNAI: SEBUAH STUDI LITERATUR. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(1), 55–65.

<https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i1.2379>

Virginia, E. (2020). *Pengaruh Sikap, Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Jasa Layanan GO-JEK (Studi Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya Malang)*.

Yani, E., Lestari, A. F., Amalia, H., & Puspita, A. (2018). Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Informatika*, 5(1), 34–42.
<https://doi.org/10.31311/ji.v5i1.2717>

Berita Online

<https://www.kominfo.go.id/content/detail/37512/bisnis-online-semakin-legit-kemenperin-pacu-ikm-go-digital/0/berita>, diakses pada tanggal 13 April 2022.

<https://wolipop.detik.com/money-hacks/d-5737289/mengenal-5keuntungan-pakai-uang-digital-untuk-pembayaran-sehari-hari>, diakses pada tanggal 20 April 2022.

<https://www.syariahx.com/2021/01/kekurangan-linkaja-syariah.html?m=1>, diakses pada tanggal 20 April 2022

<https://www.sakudigital.com/apa-itu-linkajasyariah/#:~:text=Kelebihan%20LinkAja%20Syariah%201%20Dapat%20melakukan%20pembayaran%20pada,mengindari%20gharar%20%28ke%20tidak%20jelas%29%2C%20zalim%20serta%20barang%20tidak%20halal.?msclkid=6e5df573c56c11ec93031de3c2d2ff15>, diakses pada 26 April 2022).

(<https://konsultasiskripsi.com/2020/01/30/persepsi-manfaat-perceived-usefulness-skripsi-dan-tesis/?msclkid=1b86957dc6ff11ec903b3fef47c54b8>, diakses pada 28 April 2022).

(bi.go.id), diakses pada tanggal 26 April 2022).

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

No.	Bulan Kegiatan	Agustus				September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penyusunan proposal		x	x	x																
2.	Konsultasi	x		x		x			x			x			x				x		
3.	Revisi proposal																				
4.	Pendaftaran seminar proposal						x			x											
5.	Ujian seminar proposal																				
6.	Pengumpulan data							x	x	x	x										
7.	Analisi data												x	x		x					
8.	Penulisan akhir naskah skripsi																			x	x
9.	Pendaftaran munaqasah															x					
10.	Munaqasah																	x			

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH DI SOLO RAYA

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Dengan hormat, dalam rangka memenuhi tugas akhir saya pada Progam Sarjana Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, maka dengan segala kerendahan hati saya mengharapkan bantuan Bapak/Ibu pengguna Aplikasi LinkAja Syariah di Solo Raya untuk mengisi kuesioner mengenai “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah di Solo Raya”. Berikut kriteria responden yang ditetapkan oleh peneliti :

1. Memiliki akun dompet digital LinkAja Syariah.
2. Pernah bertransaksi menggunakan aplikasi LinkAja Syariah.
3. Berdomisili atau berada di kawasan Solo Raya yang mencakup Kota Surakarta, Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Sragen, Kabupaten Klaten, Kabupaten Sukoharjo, dan Kabupaten Wonogiri.

Pengumpulan data ini semata-mata hanya digunakan untuk menyusun tugas akhir dan dijamin kerahasiaannya. Jawaban Bapak/Ibu berikan juga akan menjadi masukan yang sangat berharga bagi saya maupun perusahaan sebagai objek dari penelitian ini. Atas partisipasi dan kesediaan dalam mengisi, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya

Intan Lenia Febrianingrum

A. Identitas Responden

Isilah Biodata berikut ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

1. Nama :.....
2. Alamat :.....
3. Nomor Hp :.....
4. Jenis Kelamin
 Laki-Laki Perempuan
5. Usia Responden
 15-24 Tahun 35-44 Tahun
 25-34 Tahun Lebih Dari 45 Tahun
6. Pendidikan Terakhir
 SMP Diploma
 SMA Sarjana
7. Pekerjaan
 Pelajar/Mahasiswa Wiraswasta
 Karyawan Swasta Lainnya
 PNS

B. Petunjuk Pengisian

1. Isilah biodata anda terlebih dahulu.
2. Isilah pertanyaan secara jujur dan sesungguhnya.
3. Identitas dan jawaban responden akan dijamin kerahasiaannya.
4. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan penilaian anda dengan memberikan tanda (\surd) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia.
5. Keterangan Alternatif Jawaban dan Skor :
STS = Sangat Tidak Setuju (1)
TS = Tidak Setuju (2)
N = Netral (3)
S = Setuju (4)
SS = Sangat Setuju (5)

A. PERSEPSI KEPERCAYAAN

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya bahwa dengan menggunakan aplikasi LinkAja Syariah dapat memenuhi kebutuhan transaksi keuangan saya.					
2	Saya percaya bahwa aplikasi LinkAja Syariah selalu mengedepankan asas kejujuran dan tidak mengandung penipuan.					
3	Saya percaya aplikasi LinkAja Syariah memiliki integritas yang baik.					
4	Saya yakin bahwa dengan menggunakan aplikasi LinkAja Syariah data dan transaksi yang saya lakukan terjamin keamanannya.					

B. PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa bahwa aplikasi LinkAja Syariah mudah untuk dipelajari.					
2	Saya merasa bahwa fitur-fitur yang ada dalam aplikasi LinkAja Syariah sangat jelas dan mudah untuk dimengerti.					
3	Saya merasa bahwa aplikasi LinkAja Syariah dapat digunakan dimana saja dan kapan saja.					
4	Saya merasa bahwa aplikasi LinkAja Syariah mudah untuk digunakan.					

C. PERSEPSI MANFAAT

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa bahwa dengan menggunakan aplikasi LinkAja Syariah dapat mempercepat proses transaksi pembayaran dan transaksi keuangan lainnya.					
2	Saya merasa aplikasi LinkAja Syariah dapat meningkatkan produktifitas keuangan saya.					
3	Saya merasa bahwa aplikasi LinkAja Syariah dapat meningkatkan efektifitas dalam menjalankan transaksi keuangan.					
4	Saya merasa bahwa aplikasi LinkAja Syariah memberikan banyak manfaat bagi penggunaanya.					

D. KEPUTUSAN PENGGUNAAN

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya memutuskan menggunakan aplikasi LinkAja Syariah karena sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Saya memutuskan menggunakan aplikasi LinkAja Syariah karena sesuai dengan prinsip syariah					
3	Saya memutuskan menggunakan aplikasi LinkAja Syariah karena tidak mengandung unsur maysir (judi) dan gharar (penipuan).					
4	Saya memutuskan menggunakan aplikasi LinkAja Syariah karena mudah digunakan dan memberikan banyak manfaat yang dapat meningkatkan produktifitas dan efektifitas.					

Lampiran 3 Tabulasi Data Responden

No	Jenis Kelamin	Alamat	Umur	Pendidikan	Pekerjaan
1	Laki-laki	Wonogiri	15-24 tahun	SMA	Wiraswasta
2	Laki-laki	Wonogiri	15-24 tahun	SMP	Karyawan Swasta
3	Perempuan	Sragen	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
4	Perempuan	Wonogiri	15-24 tahun	SMA	Karyawan Swasta
5	Laki-laki	Boyolali	25-34 tahun	Sarjana	Lain-lain
6	Perempuan	Sragen	15-24 tahun	SMA	Karyawan Swasta
7	Perempuan	Karanganyar	15-24 tahun	SMA	Karyawan Swasta
8	Laki-laki	Sukoharjo	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
9	Laki-laki	Klaten	15-24 tahun	SMA	Wiraswasta
10	Perempuan	Sragen	15-24 tahun	SMA	Lain-lain
11	Perempuan	Sukoharjo	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
12	Perempuan	Solo	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
13	Perempuan	Karanganyar	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
14	Perempuan	Sukoharjo	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
15	Perempuan	Sukoharjo	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
16	Perempuan	Solo	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
17	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
18	Perempuan	Sragen	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
19	Perempuan	Karanganyar	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
20	Perempuan	Sragen	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
21	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
22	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa
23	Perempuan	Karanganyar	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
24	Laki-laki	Solo	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
25	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
26	Laki-laki	Karanganyar	15-24 tahun	SMA	Karyawan Swasta
27	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
28	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
29	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
30	Perempuan	Karanganyar	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
31	Laki-laki	Karanganyar	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
32	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
33	Laki-laki	Boyolali	15-24 tahun	SMA	Lain-lain
34	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
35	Laki-laki	Solo	15-24 tahun	SMA	Lain-lain
36	Laki-laki	Boyolali	25-34 tahun	Diploma	Wiraswasta
37	Laki-laki	Solo	>45 tahun	Sarjana	PNS
38	Perempuan	Sragen	35-44 tahun	Sarjana	PNS
39	Perempuan	Boyolali	25-34 tahun	Diploma	PNS
40	Perempuan	Boyolali	>45 tahun	Diploma	PNS

41	Perempuan	Solo	35-44 tahun	Diploma	PNS
42	Perempuan	Sragen	35-44 tahun	Sarjana	PNS
43	Laki-laki	Solo	15-24 tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa
44	Perempuan	Solo	>45 tahun	Diploma	PNS
45	Laki-laki	Boyolali	25-34 tahun	Diploma	Karyawan Swasta
46	Perempuan	Sukoharjo	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
47	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
48	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	SMA	Karyawan Swasta
49	Laki-laki	Boyolali	25-34 tahun	Sarjana	Wiraswasta
50	Laki-laki	Sukoharjo	15-24 tahun	SMA	Lain-lain
51	Laki-laki	Boyolali	15-24 tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa
52	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
53	Perempuan	Sukoharjo	25-34 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
54	Perempuan	Sragen	15-24 tahun	Diploma	Karyawan Swasta
55	Perempuan	Wonogiri	35-44 tahun	Sarjana	Lain-lain
56	Perempuan	Sragen	15-24 tahun	SMP	Wiraswasta
57	Perempuan	Sragen	25-34 tahun	Diploma	PNS
58	Perempuan	Wonogiri	>45 tahun	SMA	Lain-lain
59	Perempuan	Sragen	35-44 tahun	SMA	Wiraswasta
60	Laki-laki	Boyolali	15-24 tahun	SMA	Karyawan Swasta
61	Perempuan	Boyolali	15-24 tahun	Diploma	Karyawan Swasta
62	Perempuan	Sragen	35-44 tahun	SMA	Lain-lain
63	Perempuan	Boyolali	25-34 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
64	Laki-laki	Wonogiri	25-34 tahun	SMA	Lain-lain
65	Laki-laki	Karanganyar	15-24 tahun	Diploma	Karyawan Swasta
66	Perempuan	Wonogiri	25-34 tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
67	Laki-laki	Wonogiri	15-24 tahun	SMA	Lain-lain
68	Laki-laki	Sragen	25-34 tahun	SMA	Wiraswasta
69	Perempuan	Wonogiri	15-24 tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
70	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
71	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa
72	Perempuan	klaten	15-24 tahun	Sarjana	Lain-lain
73	Laki-laki	Klaten	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
74	Perempuan	Wonogiri	15-24 tahun	SMA	Karyawan Swasta
75	Laki-laki	Boyolali	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
76	Perempuan	Wonogiri	15-24 tahun	SMA	Lain-lain
77	Perempuan	Sukoharjo	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
78	Perempuan	Klaten	15-24 tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
79	Perempuan	Sukoharjo	15-24 tahun	Sarjana	Karyawan Swasta
80	Laki-laki	Wonogiri	35-44 tahun	SMA	Karyawan Swasta
81	Perempuan	Boyolali	25-34 tahun	SMA	Lain-lain
82	Perempuan	Wonogiri	>45 tahun	SMA	Lain-lain
83	Perempuan	Wonogiri	35-44 tahun	SMA	Wiraswasta
84	Perempuan	Sukoharjo	25-34 tahun	Sarjana	Lain-lain
85	Perempuan	Wonogiri	>45 tahun	SMA	Lain-lain

86	Perempuan	Sukoharjo	25-34 tahun	SMA	Lain-lain
87	Laki-laki	Karanganyar	>45 tahun	SMA	Wiraswasta
88	Laki-laki	Karanganyar	15-24 tahun	SMP	Wiraswasta
89	Laki-laki	Sukoharjo	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
90	Perempuan	Karanganyar	25-34 tahun	SMA	Lain-lain
91	Perempuan	Wonogiri	35-44 tahun	SMA	Lain-lain
92	Perempuan	Karanganyar	15-24 tahun	SMA	Karyawan Swasta
93	Laki-laki	Karanganyar	25-34 tahun	SMA	Karyawan Swasta
94	Perempuan	Sragen	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
95	Perempuan	Karanganyar	15-24 tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa
96	Perempuan	Sragen	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
97	Perempuan	Sukoharjo	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
98	Perempuan	Sukoharjo	15-24 tahun	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa
99	Perempuan	Boyolali	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa
100	Perempuan	Boyolali	15-24 tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa

Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian

No	Kepercayaan				X1	Kemudahan				X2	Manfaat				X3	Keputusan				Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4		Y1	Y2	Y3	Y4	
1	3	5	5	5	18	4	4	5	4	17	4	3	4	4	15	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	20	4	4	5	3	16	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18
3	5	4	5	5	19	4	5	4	4	17	3	4	5	4	16	4	4	4	4	16
4	5	4	4	4	17	4	3	4	4	15	3	4	5	5	17	4	3	5	4	16
5	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	5	4	5	4	18	4	5	4	5	18
6	3	4	4	4	15	3	4	4	4	15	3	4	5	4	16	5	4	4	5	18
7	4	4	3	4	15	4	5	4	5	18	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16
8	4	3	3	3	13	4	5	4	5	18	4	4	5	5	18	4	4	4	5	17
9	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19	5	3	5	5	18
10	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	5	4	5	18	4	4	4	5	17
11	3	4	4	4	15	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
12	4	3	4	4	15	5	4	5	4	18	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20
13	4	3	4	4	15	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19	5	5	4	4	18
14	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	5	3	5	5	18	5	4	5	5	19
15	4	3	4	4	15	4	4	5	4	17	3	4	5	5	17	4	5	5	4	18
16	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18	4	5	5	4	18	4	5	3	5	17
17	5	4	4	4	17	5	4	5	5	19	4	4	4	5	17	4	5	5	5	19
18	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	5	5	4	5	19
19	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18
20	4	4	4	4	16	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19	4	5	4	5	18
21	4	5	4	5	18	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18	5	4	5	5	19
22	5	4	5	5	19	5	5	4	3	17	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19
23	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17
24	4	5	5	4	18	5	5	4	4	18	4	5	5	5	19	5	4	4	4	17
25	4	5	4	5	18	5	4	5	4	18	4	5	4	4	17	5	5	4	5	19
26	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	4	3	5	17	5	5	5	4	19
27	4	4	4	4	16	5	4	3	5	17	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19
28	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
29	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18	5	4	5	4	18	3	4	4	5	16
30	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
32	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
33	5	4	4	5	18	5	4	5	5	19	5	4	3	5	17	4	5	5	5	19
34	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
35	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
36	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18	5	4	4	4	17
37	4	4	5	5	18	5	3	4	4	16	5	4	4	4	17	5	4	5	5	19
38	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
39	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17

40	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19	5	4	3	4	16	5	4	4	5	18
41	3	5	5	5	18	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
42	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	4	4	18	5	4	5	5	19
43	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
44	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20
45	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	4	4	5	5	18	5	4	5	5	19
46	3	4	4	4	15	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	4	4	4	5	17
47	4	4	3	4	15	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	3	5	4	4	16
48	4	3	3	3	13	5	5	4	5	19	5	4	4	5	18	5	3	5	5	18
49	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
50	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
51	3	4	4	4	15	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18
52	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18
53	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
54	5	4	5	4	18	4	5	5	5	19	5	4	3	5	17	5	4	5	5	19
55	5	4	5	4	18	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
56	5	5	4	4	18	4	5	4	5	18	5	5	4	4	18	5	5	4	5	19
57	5	4	4	5	18	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19
58	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	3	4	3	2	12	5	5	5	4	19
59	4	5	4	5	18	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19	5	4	3	4	16
60	4	5	4	5	18	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17	5	4	5	5	19
61	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19
62	5	5	4	5	19	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	3	4	5	4	16
63	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18
64	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	5	4	5	4	18
65	4	5	4	5	18	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
66	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	3	4	5	17	5	5	5	5	20
67	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	3	5	18	5	5	5	5	20
68	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
69	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
70	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20
73	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
74	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18	5	5	4	4	18
75	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
76	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	4	3	3	5	15	3	3	4	4	14
77	4	4	5	5	18	3	4	4	5	16	3	3	3	3	12	4	4	3	4	15
78	5	5	5	5	20	4	4	3	4	15	3	4	4	3	14	4	4	3	3	14
79	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16
80	4	5	4	5	18	4	4	3	5	16	5	3	4	3	15	3	4	4	4	15
81	5	5	5	5	20	4	4	4	3	15	3	4	3	4	14	4	5	4	4	17

82	4	5	5	4	18	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
83	5	4	5	5	19	3	3	3	3	12	4	4	5	3	16	4	4	4	4	16
84	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
85	5	3	4	3	15	4	3	4	4	15	3	4	3	5	15	4	4	4	4	16
86	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17
88	4	4	5	3	16	5	3	5	4	17	4	4	3	5	16	4	5	4	5	18
89	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16
90	3	4	3	3	13	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
91	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	5	4	4	5	18
92	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
93	4	4	3	5	16	4	4	4	3	15	5	4	4	4	17	4	5	5	5	19
94	3	3	3	3	12	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18
95	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	4	5	5	18	5	4	4	5	18
96	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18
97	4	4	4	4	16	5	5	4	5	19	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
98	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17	4	3	4	5	16	4	4	4	5	17
99	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	4	5	5	4	18
100	4	4	5	5	18	4	5	4	4	17	3	4	5	5	17	4	4	4	4	16

Lampiran 5 Hasil Analisis SPSS

1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Hasil Uji Variabel Pengetahuan Produk (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,327	,670**	,521**	,806**
	Sig. (2-tailed)		,078	,000	,003	,000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,327	1	,443*	,526**	,709**
	Sig. (2-tailed)	,078		,014	,003	,000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,670**	,443*	1	,455*	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000	,014		,012	,000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,521**	,526**	,455*	1	,802**
	Sig. (2-tailed)	,003	,003	,012		,000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,806**	,709**	,825**	,802**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,794	4

Hasil Uji Variabel Kepercayaan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,577**	,564**	,452*	,839**
	Sig. (2-tailed)		,001	,001	,012	,000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,577**	1	,406*	,472**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,001		,026	,009	,000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,564**	,406*	1	,282	,727**
	Sig. (2-tailed)	,001	,026		,131	,000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,452*	,472**	,282	1	,719**
	Sig. (2-tailed)	,012	,009	,131		,000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,839**	,797**	,727**	,719**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,772	4

Hasil Uji Variabel Promosi (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,243	,534**	,469**	,693**
	Sig. (2-tailed)		,195	,002	,009	,000
	N	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,243	1	,546**	,714**	,795**
	Sig. (2-tailed)	,195		,002	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	,534**	,546**	1	,629**	,841**
	Sig. (2-tailed)	,002	,002		,000	,000
	N	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	,469**	,714**	,629**	1	,874**
	Sig. (2-tailed)	,009	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL_X3	Pearson Correlation	,693**	,795**	,841**	,874**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,810	4

Hasil Uji Variabel Keputusan (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,458*	,397*	,458*	,739**
	Sig. (2-tailed)		,011	,030	,011	,000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	,458*	1	,518**	,423*	,766**
	Sig. (2-tailed)	,011		,003	,020	,000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	,397*	,518**	1	,629**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,030	,003		,000	,000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	,458*	,423*	,629**	1	,803**
	Sig. (2-tailed)	,011	,020	,000		,000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,739**	,766**	,818**	,803**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

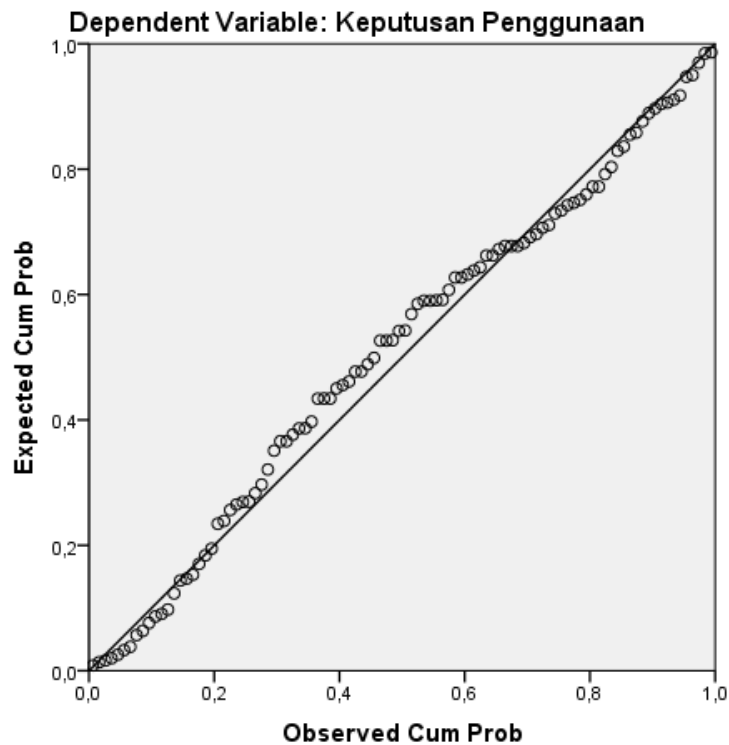
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	4

2. Uji Normalitas P-Plot dan *One Sample Kolmogrov Smirnov*

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,22635940
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,044
	Negative	-,073
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

3. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,074	1,925		2,117	,037		
Persepsi Kepercayaan	,153	,069	,178	2,221	,029	,994	1,006
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,407	,090	,420	4,529	,000	,740	1,352
Persepsi Manfaat	,238	,087	,253	2,727	,008	,742	1,347

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

4. Uji Heteroskedastisitas Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,972	1,157		2,568	,012
Persepsi Kepercayaan	-,021	,041	-,050	-,500	,619
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,000	,054	,000	-,004	,997
Persepsi Manfaat	-,094	,052	-,208	-1,798	,075

a. Dependent Variable: Abs_Res

5. Uji F (*Uji Goodness Of Fit*)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	94,468	3	31,489	20,303	,000 ^b
Residual	148,892	96	1,551		
Total	243,360	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan

6. Uji Determinasi R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623 ^a	,388	,369	1,24537

a. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

7. Uji Statistik T (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,074	1,925		2,117	,037
	Persepsi Kepercayaan	,153	,069	,178	2,221	,029
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	,407	,090	,420	4,529	,000
	Persepsi Manfaat	,238	,087	,253	2,727	,008

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Lampiran 6 Biodata Penulis

Intan Lenia Febrianingrum dilahirkan di Sragen. Penulis merupakan anak sulung dari dua bersaudara. Anak dari pasangan suami istri yang hidup di zaman dulu, namun memiliki kecerdasan intelektual yang selalu mendorong maju anaknya agar memiliki Pendidikan yang tinggi. Setelah dilahirkan dan cukup berumur saya memulai Pendidikan di bangku TK Aisyah Pondok, lulus pada tahun 2007, kemudian melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Miri, lulus tahun 2015. Kemudian melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Sumberlawang, lulus tahun 2018. Pada tahun yang sama saya melanjutkan jenjang Pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, saya menyelesaikan studi pada tahun 2023.

Lampiran 7 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner



Lampiran 8 Hasil Pengecekan Plagiasi Turnitin

REVISI INTAN LENIA

ORIGINALITY REPORT

27%	25%	13%	16%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	14%
2	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	2%
3	journal.uinsi.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
5	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%