

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZISWAF
MELALUI SHOPEE PADA GENERASI Z KABUPATEN
KARANGANYAR**

SKRIPSI

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



**Oleh :
ASMI ROFI'AH
19.52.31.263**

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

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZISWAF
MELALUI SHOPEE PADA GENERASI Z KABUPATEN
KARANGANYAR**

SKRIPSI

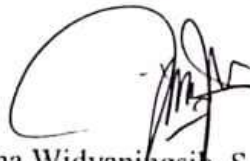
Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Untuk
Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh :

ASMI ROFI AH
NIM 19.52.31.263

Surakarta, 5 Juni 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



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

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : ASMI ROFI'AH

NIM : 195231263

JURUSAN : PEBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelian skripsi berjudul **"PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZISWAF MELALUI SHOPEE PADA GENERASI Z KABUPATEN KARANGANYAR"**

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Karanganyar, 5 Juni 2023


(Asmi Rofiah)

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : ASMI ROFI'AH
NIM : 195231263
JURUSAN : PEBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi yang berjudul **"PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZISWAF MELALUI SHOPEE PADA GENERASI Z KABUPATEN KARANGANYAR"**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari masyarakat Generasi Z Kabupaten Karanganyar. Apabila di kemudian hari bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, say bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Karanganyar, 5 Juni 2023


(Asmi Rofiah)

Meilana Widyarningsih, S.E.Sy., M.E.
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal: Skripsi
Sdr: Asmi Rofiah

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 Asmi Rofi'ah NIM 19.52.31.263 yang berjudul:


"PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZISWAF MELALUI SHOPEE PADA GENERASI Z KABUPATEN KARANGANYAR"

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

Demikian atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 5 Juni 2023
Dosen Pembimbing Skripsi


Meilana Widyarningsih, S.E.Sy.,M.E
NIP.19920518202022013

PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZISWAF
MELALUI SHOPEE PADA GENERASI Z KABUPATEN
KARANGANYAR**

Oleh:

ASMI ROFI'AH
NIM. 19.52.31.263

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Kamis tanggal 04 Mei 2023 M / 13 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

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

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

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



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



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

MOTTO

“Dan barang siapa menaruh kepercayaan kepada Allah (Tuhan), maka Dia akan mencukupi mereka”.
(QS. At-Talaq: 3)

"The only way to do great work is to love what you do"
(steve jobs)

PERSEMBAHAN

Pertama-tama saya ucapkan terimakasih kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatnya sehingga saya menyelesaikan tugas akhir saya dengan baik. Karya ini saya persembahkan untuk :

Kedua orangtuaku tercinta, terimakasih bapak dan ibu yang telah memberi doa dan dukungan tanpa henti,

Suami dan anakku qinara sevda niskala sari tersayang yang selalu memberikan motivasi dan semangat,

Adik dan kakakku yang selalu menghiburku,

Sahabat-sahabatku yang menemani selama perkuliahan ini, Evi, Jati, Ita, Tya, Lilis, Riska, Rima, Hani, Shofia yang menemani selama perkuliahan ini,

Terimakasih...

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmad dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap keputusan melalui minat bertransaksi menggunakan Shopee Barokah (Studi kasus pada generasi Z Kabupaten Karanganyar)”. Skripsi ini disusun guna sebagai syarat untuk menyelesaikan studi jenjang strata 1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, dalam penulisan skripsi ini mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan setulus hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. 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. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I., selaku ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Yulfan Arif Nurrohman, S.E, M,M selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Meilana Widyaningsih, S.E.Sy., M.E. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Responden yang berminat menggunakan ziswaf melalui shopee generasi Z di Kabupaten Karanganyar.
8. Kedua orangtuaku tercinta, terimakasih bapak dan ibu yang telah memberi doa dan dukungan tanpa henti.
9. Suami dan anakku qinara sevda niskala sari tersayang yang selalu memberikan motivasi dan semangat.
10. Adik dan kakakku yang selalu menghiburku.
11. Sahabat-sahabatku yang menemani selama perkuliahan ini, Evi, Jati, Ita, Tya, Lilis, Riska, Rima, Hani, Shofia yang menemani selama perkuliahan.
12. Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa dan puji syukur kepada Allah SWT, sehingga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya, aaminnn.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

ABSTRACT

This study is aimed at knowing the impact of perception of ease, perception of benefits and risk perception of interest in paying ziswaf through shopee in the z generation in karanganyar district. The study USES a quantitative method. The data used in this study are the primary data. The sample in this study is worth 162 respondents. Sample retrieval technique USES an adhesive sampling.

This study suggests that perceptions of ease, perception of benefits, and risk perception have a positive and significant impact on the interest of paying ziswaf through shopee.

Key words: perception of ease, perception of benefits, risk perception, interest.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee pada generasi Z di Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 162 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee.

Kata Kunci : Persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, minat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Batasan Penelitian	8
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	9
1.7. Jadwal penelitian.....	10
1.8. Sistematika penulisan proposal	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Kajian Teori	12
2.1.1. TAM (Technology Acceptance Model).....	12
2.1.2. Persepsi Kemudahan.....	14
2.1.3. Persepsi Manfaat.....	15

2.1.4. Persepsi Risiko.....	16
2.1.5. Minat.....	17
2.1.6. Ziswaf pada Shopee.....	18
2.2. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	21
2.3. Kerangka Berfikir.....	26
2.4. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Tempat dan Waktu Peneliti.....	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel.....	31
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.5 Variabel Penelitian.....	32
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.7 Metode Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Analisis Deskriptif.....	38
4.1.1 Analisis Deskripsi Responden.....	38
4.1.2. Statistik Dekriptif.....	40
4.2. Hasil Analisis Data.....	46
4.2.1. Pengujian Instrumen Penelitian <i>Outer model</i>	46
4.2.2. Pengujian Instrumen Penelitian <i>inner model</i>	51
4.2.3. Uji Hipotesis.....	52
4.3. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	54
BAB V PENUTUP.....	59
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	59
5.3. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang relevan	21
Tabel 3.1 Skala likert	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional	33
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Responden.....	48
Tabel 4.1 Kategorisasi Interval.....	41
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan (X1).....	42
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Manfaat (X2).....	43
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Risiko (X3).....	44
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Minat (Y).....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan (X1).....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat (X2).....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Persepsi Risiko (X3).....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Minat (Y).....	48
Tabel 4.11 <i>Loading factor</i> dan AVE.....	49
Tabel 4.12 <i>Fornell Larcker Crierior</i>	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara populasi muslim terbanyak	2
Gambar 2.1 Contoh Model TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>).....	12
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	67
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	68
Lampiran 3 Data Deskriptif Responden.....	70
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuisisioner	75
Lampiran 5 Analisis Statistik Deskriptif.....	92
Lampiran 6 <i>Outer Model</i> (model pengukuran)	82
Lampiran 7 Uji Validitas Convergen.....	94
Lampiran 8 Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	94
Lampiran 9 Uji Validitas Diskriminan.....	95
Lampiran 10 Uji reliabilitas.....	95
Lampiran 11 Uji <i>R Square</i>	96
Lampiran 12 Uji <i>F Square</i>	96
Lampiran 13 Uji Hipotesis dengan <i>Path Coefficient</i>	96
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	97
Lampiran 10 Hasil Uji Turnitin	98

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat era globalisasi yang telah modern ini membuat segala aktivitas semua manusia dilakukan dengan cepat dan efisien. Aktivitas manusia dapat diminimalisir dengan adanya alat elektronik yang memudahkan pekerjaan manusia, oleh karena itu membuat para pengguna aplikasi bisnis yang berbasis internet dapat di yakini akan terus berkembang dengan baik dari segi pemakaian dan jangkauan yang semakin mendunia (Witono & Hendrayana, 2011).

Adanya model-model bisnis yang terbaru ini sebagai daya tarik dari pemasaran tradisional yang bgeser kepada pemasaran modern menggunakan media digital. Kemudian dengan munculnya, toko online, platform *e-commerce*, grup jual beli online dan model bisnis online lainnya tersebut dapat menjadi bukti untuk masyarakat bahwa saat ini begitu ingin terjadi kemudahan guna mendapatkan yang saat ini sedang dibutuhkannya (Ayuni et al., 2019).

Dengan adanya pasar virtual kemudian berkembang pesat, banyak pelaku usaha yang sebelumnya hanya menjual disekitar lingkungannya sekarang pelaku usaha hanya perlu memberikan informasi yang lengkap tentang produk yang dijual, termasuk informasi harga, produk, dan tanggal pengiriman. Pasar virtual membuat produk yang di jual pelaku usaha semakin meningkat karena produk dapat diperjual belikan lingkup yang luas (Yustiani & Yunanto, 2017).

Pesatnya pasar virtual ini membuat popularitas pada pembayaran digital atau *e-payment* dengan uang elektronik akan semakin meningkat di Indonesia,

Salah satunya alat pembayaran dengan non tunai saat ini yang sering dipakai adalah *e-wallet* atau dompet digital. dompet digital membuat mudah dan instan dimanapun dan kapanpun melakukan transaksinya (Siskawati & Ningtyas, 2022).

Gambar 1.1

Negara populasi muslim terbanyak



Sumber : *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)*

Laporan *RISSC* di atas menggambarkan bahwa dari 8 negara dengan populasi muslim terbanyak adalah negara Indonesia. Negara Indonesia menjadi negara yang jumlah penduduk muslim paling besar di tahun 2022. Orang muslim di negara Indonesia mencapai 237,558 jiwa. Yang jumlah orang muslim tersebut sama dengan 86,7% jiwa yang ada di dalam negeri. Maka dengan ini jika populasi dibandingkan secara keseluruhan atau global, jumlah orang muslim setara 12,30% dari orang muslim yang ada dunia yaitu sebanyak 1,93 miliar jiwa. Maka kita perlu mewaspadaai penerapan prinsip syariat Islam yang ada dalam segala aktivitas, utamanya hal konsumsi (Rizaty, 2022).

Di Indonesia banyak aplikasi untuk belanja *online* yang digemari masyarakat karena mudah dalam penggunaannya dan menyediakan segala kebutuhan salah satunya aplikasi belanja online yang banyak diminati adalah aplikasi shopee. Shopee merupakan salah satu aplikasi yang sedang bergerak pada bidang penjualan dengan *e-commerce*, shopee dapat di akses dengan *smartphone*. Shopee disini hadir dalam aplikasi membuat mudah pengguna untuk melakukan sebuah kegiatan transaksi belanja secara online dengan tidak menggunakan perangkat komputer. Aplikasi shopee ini menawarkan berbagai produk untuk kebutuhan setiap hari, produk tersebut dapat dengan mudah di cari menggunakan aplikasi shopee yang sudah di download di *smartphone*.

Aplikasi shopee sangat diminati oleh masyarakat karena masyarakat yang menggunakan merasa jauh lebih mudah berbelanja. Shopee juga sangat dicari oleh masyarakat penggunaanya karena dengan mudah mencari banyak macam-macam produk digunakan memenuhi kebutuhan pada setiap hari, fashion, elektronik, dan lain-lainnya. Bahkan shopee juga memberi fasilitas memasarkan produk dagangannya oleh penjual dengan lebih efisien dan pembeli dapat pengaturan logistik yang terintegrasi kemudian juga proses pembayaran yang aman.

Aplikasi shopee adalah aplikasi yang salah satu aplikasi yang diminati di Indonesia. Shopee sangat merespon besarnya permintaan pasar syariah di Indonesia dengan membuat dan meresmikan fitur khusus bernama shopee barokah. Fitur-fitur yang ada di shopee barokah secara khusus menjual ragam produk mulai dari fashion Muslim, makanan, minuman, kecantikan yang seluruhnya bersertifikasi halal, buku-buku Islam, dan lainnya. (Faiza et al., 2022).

Dalam metode pembayarannya shopee barokah hanya bisa menggunakan metode pembayaran tertentu saja seperti Shopeepay, transfer bank, alfamart atau indomaret, dan COD untuk metode pembayaran seperti *Shopeepay Later*, kartu kredit, dan berbagai layanan kredit lainnya otomatis tidak bisa digunakan (Faiza et al., 2022).

Pada bulan ramadhan, Shopee Barokah juga menyediakan kebutukah-kebutuhan muslim terlengkap dan dinanti-nanti masyarakat muslim saat ramadhan. Konsumen menggunakan fitur Shopee Barokah guna mencari berbagai kebutuhan produk kecantikan bersertifikat halal, makanan halal, pakaian muslim, dan minuman halal. Fitur ini diharapkan menjadi solusi yang baik untuk mencari kebutuhan produk dan layanan syariah bagi yang sedang menjalankan ibadah puasa untuk masyarakat muslim (Abdila, 2020).

Pada aplikasi shopee ini juga mempunyai event, yang paling diminat adalah gratis ongkir yang ada setiap bulan membuat konsumen agar belanja dan juga berguna untuk menentukan keputusan saat pembelian. Keputusan pada saat pembelian yaitu sebuah tindakan yang sedang dilakukan penjual agar membeli suatu produk. Seorang produsen pasti melakukan strateginya agar membuat konsumen dapat memberi keputusan dengan membeli produk tersebut. Setiap didalam *e-commerce* terdapat konsep pemasaran masing-masing yang digunakan agar mendapatkan respon para pelanggan tersebut, salah satunya yang menjadi paling penting ialah promosi (Yuliani, 2015).

Shopee barokah hadir dengan jaminan produk halalnya agar dapat memilih produk-produk muslim yang sudah terjamin halal dan sudah didasarkan kepada sertifikasi kehalalannya dari BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal). kemudian shopee barokah juga menghadirkan transaksi islami dengan ini pembeli dan penjual bisa bertransaksi yang nyaman dengan cara pembayaran dan akad yang sudah sesuai pada prinsip-prinsip islam dan beramal membayar ziswaf melalui shopee barokah.

Beramal melalui ziswaf dengan shopee barokah yaitu sama dengan kita ikut berpartisipasi mengatasi banyak masalah-masalah ekonomi yang muncul serta masalah-masalah sosial dengan instrumen ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf). Dengan berpartisipasi beramal juga termasuk dapat menyalurkan donasi agar menjadi pendapatan merata, mengurangi kemiskinan, sampai jaminan sosial. Tujuan dari adanya ziswaf agar dapat hilangnya jarak antara miskin dan kaya. Apabila seluruh umat muslim yang ada di Indonesia menjalankan ziswaf bukan lagi tidak mungkin kemiskinan pada suatu negara diatasi sesuai dengan syariat Islam.

Dengan adanya hal ini shopee mengharapkan terdapat transaksi ziswaf pada shopee meningkat signifikan dalam melakukan ziswaf agar dapat menyalurkan banyak orang yang kekurangan. Tetapi dengan hal tersebut faktanya masih berbanding terbalik, masih terdapat banyak konsumen orang muslim yang bertransaksi di shopee dan belum pernah membayar ziswaf menggunakan shopee barokah. Terdapat faktor-faktor yang menjadikan sedikit konsumen membayar ziswaf melalui shopee pada fitur shopee barokah, alasan utamanya karena konsumen belum banyak mengetahui hal tersebut. Diduga sebab pihak dari shopee

sendiri belum sering mempromosikan fitur shopee barokah dan didalamnya terdapat pembayaran ziswaf tersebut terutama kepada seluruh konsumen (Rizaldi, 2019).

Di negara Indonesia juga tingkat kesadaran untuk wawasan konsumen tentang penggunaan, pemanfaatan dan tentang risiko situs berbelanja online atau sering juga disebut dengan *e-commerce* apalagi berbasis halal sangat banyak kurangnya. Maka dapat membuat lebih maksimal dalam hal kualitas pada jasa pelayanan untuk perusahaan-perusahaan *e-commerce* halal supaya dapat menjadikan niat konsumen lebih tinggi untuk menggunakannya. Dengan adanya ide dan inovasi-inovasi dimana akan selalu berkembang pada sistem pengoperasiannya tersebut juga dapat membuat nilai lebih (Kasanah & Faujiah, 2021).

Fenomena lain yang menjadi masalah bahwa meskipun ada digitalisasi transaksi, namun penerimaan oleh pengguna masih terbatas. Selain itu, jangkauan signal juga menjadi hambatan dalam penggunaan aplikasi berbasis transaksi digital (Utami et al., 2020).

Selain fenomena yang terjadi, juga terdapat *research gap* yaitu pada penelitian (Prasetya & Putra, 2020) persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada minat penggunaan *e-money*. Berbeda dengan penelitian (Veronica, 2022) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat.

Research gap juga terdapat pada variabel persepsi manfaat di mana (Prasetya & Putra, 2020) Persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif dan

signifikan pada minat. Berbeda dengan penelitian (Sati & Ramaditya, 2019) Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat.

Persepsi risiko juga menunjukkan hasil yang berbeda pada penelitian sebelumnya, di mana (Veronica, 2022) menyatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Namun, berbanding terbalik (Prasetya & Putra, 2020) dengan persepsi risiko yang mempunyai pengaruh negatif dan signifikan pada minat.

Konsumen muslim shopee di Indonesia memiliki persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko yang tinggi. Meskipun banyak memiliki persepsi tetapi konsumen muslim yang menggunakan shopee di negara Indonesia dan sudah memiliki persepsi tinggi tidak mampu menjamin konsumen agar mempunyai minat menggunakan shopee. Sebab konsumen muslim yang ada di Indonesia tidak selalu memakai dan memanfaatkan perkembangan teknologi yang terus semakin lebih pesat. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil pada generasi Z sebab penduduk yang menempati atau berdomisili sebanyak kurang lebih 270.934 jiwa di Kabupaten Karanganyar (Badan Pusat Statistik Kabupaten Karanganyar, 2022).

Berdasarkan dari penjelasan tersebut, kemudian peneliti menjadi tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membayar Ziswaf Melalui Shopee Pada Generasi Z Kabupaten Karanganyar”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berkaitan pada latar belakang masalah yang penulis uraikan diatas, maka penulis mampu mengidentifikasi beberapa masalah sebgai berikut:

1. Rendahnya kesadaran masyarakat muslim di Indonesia dalam memakai dan memanfaatkan *e-commerce* yang basis halal.
2. Sedikit konsumen muslim di Indonesia yang memakai dan mampu menjadikan manfaat yang lebih agar teknologi terus berkembang untuk memaksimalkan perkembangan *e-commerce* yang semakin pesat.
3. Kurangnya pengetahuan tentang fitur shopee barokah dan jangkauan signal sering terhambat dalam penggunaan aplikasi berbasis transaksi digital.

1.3. Batasan Penelitian

Pembatasan masalah dilakukan supaya dapat mempunyai penelitian yang lebih fokus penelitian tersebut tidak luas. Batasan masalah penelitian ini adalah peneliti berfokus kepada masalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan diuraikan diatas, pernyataan peneliti yang diajukan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee pada generasi Z Kabupaten Karanganyar?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee pada generasi Z Kabupaten Karanganyar?

3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee pada generasi Z Kabupaten Karanganyar?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan, pada penelitian bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee pada generasi Z Kabupaten Karanganyar.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee pada generasi Z Kabupaten Karanganyar.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee pada generasi Z Kabupaten Karanganyar.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian yang diharapkan mampu memberi manfaat serta kontribusi sebagai berikut:

1. Kepada peneliti

Penelitian tersebut merupakan sarana yang digunakan untuk belajar, menambah pengalaman dan wawasan saat dilakukannya penelitian.

2. Kepada peneliti lain

Hasil yang diharapkan dari penelitian tersebut diharapkan mampu menjadi bahan rujukan serta sumber informasi dan referensi untuk peneliti selanjutnya dan dapat mengembangkan materi-materi yang sudah ada dengan teori pendekatan yang sama.

1.7. Jadwal penelitian

Terlampir.

1.8. Sistematika penulisan proposal

Penelitian ini disusun dengan menggunakan sistematika secara runtut.

Kerangka yang akan disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian dan sistematika penulisan proposal.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini terdiri dari berbagai teori ataupun pemikiran-pemikiran yang terkait dengan penelitian persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, minat, ziswaf melalui shopee, metode TAM (*Technology Acceptance Model*). Kemudian pada bab ini akan dipaparkan penelitian sebelumnya yang relevan dengan tema, kerangka penelitian dan pengembangan hipotesa.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, definisi operasional penelitian dan teknik analisis data. Metode penelitian yang didalamnya mempunyai bagian

menjelaskan penelitian ini yang dilakukan dengan operasional.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan hasil kesimpulan dari hasil analisis data yang sudah diolah sebelumnya oleh penulis kemudian akan dipaparkan juga keterbatasan penulis pada saat dilakukannya penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini diuraikan beberapa kesimpulan dan hasil dari analisis data yang sudah diolah oleh penulis. Kemudian akan dipaparkan juga keterbatasan yang ada dalam penulis saat melakukan penelitian lalu saran.

BAB II **LANDASAN TEORI**

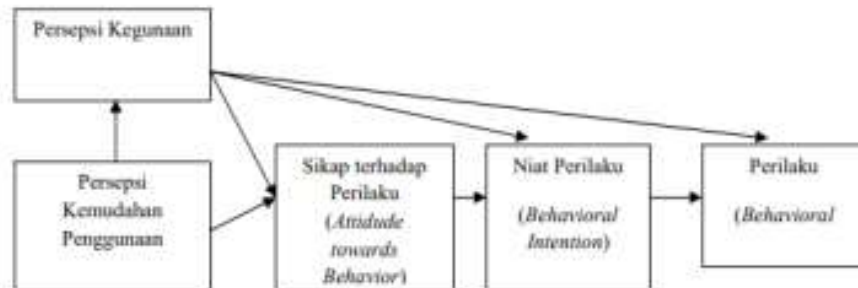
2.1. Kajian Teori

2.1.1. TAM (*Technology Acceptance Model*)

Sistem penerimaan pada teknologi informasi ini yang diterima kepada pengguna tersebut mampu mengetahui bagaimana penggunaan model TAM. Menurut (Davis, 1986) TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah sebuah bentuk terhadap suatu penelitian yang dimana model tersebut yang sering digunakan sebagai suatu analisis kepada faktor-faktor sehingga mampu menjadi mempengaruhi kepada penerimanya (*acceptance*) pada sebuah pemakaian terhadap teknologi informasi yang ada.

Dalam penerimaan TAM (*Technology Acceptance Model*) mampu mempengaruhi 2 faktor yaitu persepsi pengguna dengan adanya fungsi dan kegunaan teknologi yang didapatkan sedang digunakan kemudian persepsi risiko mengenai hasil baik buruknya pada saat menggunakan teknologi tersebut. 2 faktor tersebut yang nanti akan membuat pengaruh keinginan dan minat kepada keputusan pengguna teknologi.

Gambar 2.1

Contoh Model TAM (*Technology Acceptance Model*)

Sumber: (Davis, 1986)

TAM (*Technology Acceptance Model*) yaitu model perilaku dan mempunyai manfaat guna menjawab pertanyaan-pertanyaan kenapa banyak sekali sistem teknologi informasi yang gagal dilakukan sebab pada pemakaian tidak memiliki minat yang tinggi saat menggunakan. Dengan hal itu maka perlu ada landasan pada dasar teori yang kuat. Karena banyak penelitian yang sudah dan hasil dari penelitian besar berguna untuk mendukung dan membuat kesimpulan bahwa TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan model yang baik.

TAM (*Technology Acceptance Model*) memiliki kelebihan yang sangat penting ialah model seperti TAM merupakan model sederhana tetapi valid. TAM (*Technology Acceptance Model*) dijabarkan secara sederhana mengenai hubungan tentang sebab dan akibat antara perilaku seseorang dan keyakinan seseorang dalam hal kegunaan dalam suatu sistem informasi tujuan, kemudahan, serta penggunaan yang nyata dari penggunaan sistem informasi ini (Fatmawati, 2015).

2.1.2. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai sebuah teknologi suatu ukuran yang dimana seseorang untuk percaya jika komputer dengan lebih mudah digunakan dan dipahami. Dalam interaksi serta penggunaannya yang ada antara seorang pengguna yang sedang menggunakan sistem ini yang artinya dapat memperlihatkan kemudahan penggunaan. Sistem ini selalu berguna untuk mengetahui bahwa sistem tersebut menjadi selalu terkenal, juga dengan mudah digunakan pada penggunaannya (Rizaldi, 2019).

Persepsi kemudahan penggunaan dapat menjadikan niat seseorang dalam menjalankan teknologi tersebut dengan tidak langsung maupun secara langsung dapat memberikan perannya yang kegunaannya dirasakan. Indikator-indikator yang dilakukan dalam persepsi ini adalah menjadi mudah digunakan, mudah dipelajari, dan mudah dioperasikan (Afandi et al., 2021). Kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai persepsi terhadap suatu produk tertentu dengan cara melihat produk tersebut apakah produk itu mudah dipelajari agar tidak memerlukan waktu yang lebih untuk memahami produk tersebut (Sulistiowati & Chan, 2021)

Persepsi kemudahan yaitu adanya teknologi yang dapat diartikan suatu tolak ukur yang mana seorang bisa percaya bahwa komputer itu dapat menjadi mudah digunakan dan dipahami (Setiawan et al., 2020). Dalam potensi antara interaksi dan penggunaannya yang terjadi pada pengguna dengan sistem ini untuk mengetahui kemudahan tersebut. Sistem ini kerap digunakan untuk mengetahui apa yang sistem ini sering dikenal, dengan sistem ini menjadi lebih mudah di jalankan dan lebih sering digunakan oleh pengguna.

2.1.3. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat atau kegunaan adalah keputusan yang diambil kepada seseorang, yang dengan sistem tersebut dapat memberikan kepercayaan dan memberi manfaat yang lebih kepada seseorang. Percayaan bahwa apa yang telah diputuskan dapat memberikan manfaat atau kegunaan kepada seseorang, apabila terdapat manfaat maka seseorang tersebut akan menggunakan dan apabila seseorang itu bahwa sistem tersebut kurang adanya kepercayaan maka kurang memberi manfaat dan seseorang itu tidak akan menggunakan (Nasution, 2015).

Persepsi manfaat dapat diartikan dengan sejauh mana orang tersebut memiliki kepercayaan dengan menggunakan suatu teknologi itu mampu membuat kinerja para pekerja meningkat. Manfaat yang ada akan membuat seseorang mampu lebih percaya dan yakin dalam menggunakan teknologi tersebut (Jogiyanto, 2007:114). Dapat diartikan persepsi manfaat yaitu merupakan suatu rasa percaya dari proses pada saat mengambil keputusan. Persepsi resiko disini diartikan secara luas yaitu apa yang telah diterima kepada seorang tersebut saat suatu sistem tersebut digunakan.

Suatu teknologi akan digunakan seseorang bila mana pada teknologi itu dapat memberi manfaat. Jika seseorang tersebut mempunyai rasa percaya terhadap teknologi yang ada tersebut, seseorang akan menggunakan. Tetapi, jika menurut dia teknologi kurang mampu berguna maka sebaliknya dia tidak menggunakan. Suatu teknologi akan digunakan seseorang apabila orang itu merasa bahwa ada manfaat pada saat menggunakannya. Karena hal tersebut diharapkan dengan adanya teknologi yang hadir tersebut dapat memberi manfaat untuk setiap pengguna supaya

penggunanya mampu menggunakan teknologi dengan manfaat yang telah diberikan.

Menurut Supriyono dalam (Anisa, 2016) nasabah mendapatkan keuntungan antara lain:

- a. Dengan dilakukannya transaksi kapan dan dimana saja jika ada internet.
- b. Efisien karena dapat dilihat dari waktu atupun biayanya, tidak perlu datang ke bank atau ke ATM.
- c. Keamanan pada saat transaksi contohnya security user ID, keytoken untuk mengamankan transaksi dan PIN

2.1.4. Persepsi Risiko

Risiko adalah ketidakpastian yang terjadi dan konsekuensi yang seseorang tidak inginkan pada saat melakukan hal tertentu. Risiko mampu diartikan sebagai ketidakpastian tetapi akan terjadi pada konsumen pada saat seseorang sudah tidak melihat kemungkinan yang akan terjadi kedepannya pada saat melakukan pembelian yang diinginkan (Nurdin et al., 2020). Menurut (Basalamah et al., 2022) persepsi risiko adalah sesuatu yang hadir pada nilai seseorang kepada kemungkinan yang akan terjadi dan berhubungan langsung dengan hasil positif atau negatif dari situasi pada transaksinya.

Risiko terbagi dalam 5 dimensi, antara lain:

- a. Risiko Psikologi: perasaan, ego dan emosi yang dirasakan pada setiap orang apabila menggunakan atau membeli suatu produk tertentu.
- b. Risiko Keuangan: masalah yang terjadi dalam keuangan setelah menggunakan atau membeli suatu produk.

- c. Risiko Kinerja: tidak terdapat hasil yang maksimal dari fungsi suatu produk yang harapan.
- d. Risiko Fisik: dampak yang bersifat negatif terjadi dari suatu produk kemudian dapat dirasa oleh pengguna setelah menggunakan.
- e. Risiko Sosial: risiko yang utamanya dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dalam atas penggunaan.

Semakin tinggi risiko yang akan didapat oleh seseorang maka akan semakin menurun tingkat percaya kepada seseorang tersebut. Kemudian semakin rendah tingkat risiko yang di dapatkan oleh seseorang maka juga semakin tinggi juga tingkat percaya pada seseorang tersebut.

2.1.5. Minat

Minat adalah keinginan yang terjadi pada seseorang guna sebagai perilaku tertentu. Saat orang tersebut menilai pada suatu tersebut terdapat banyak manfaat, seseorang akan menjadi minat, dengan alasan tersebut mampu mendatangkan sebuah kepuasan. Yang mana minat tersebut berarti hubungan antara nilai yang menjadikan seseorang punya banyak pilihan di dalam hidup (Purnomosidhi, 2012).

Minat mampu melakukan hal-hal yang dapat mempengaruhi dengan faktor yaitu seperti risiko yang mungkin timbul, kemudahan dalam melakukan hal tersebut, manfaat yang didapatkan saat melakukan suatu hal. Dalam melakukan hal itu akan terjadi minat dalam menggunakan ShopeePay dan mempunyai pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko (Purnomosidhi, 2012).

Menurut (Iskandarwasid & Dadang Sunendar, 2011) minat ialah persatuan antara kemauan dan keinginan yang jadi satu kemudian dapat berkembang. Minat

dengan mudah dipengaruhi oleh faktor eksternal maupun internal, berikut 3 faktor yang bisa mempengaruhi seseorang mempunyai minat, antara lain:

1. Dalam diri sendiri kemudian berhubungan antara jasmani dan rohani.
2. Kebutuhan yang mampu mendapat penghargaan dari lingkungan seseorang.
3. Ukuran pada orang untuk memberikan perhatian kepada objek atau keinginan.

2.1.6. Ziswaf pada Shopee

Ziswaf pada shopee yaitu digunakan supaya menjamin kehalalan produk yang ada pada shopee barokah, pada saat menggunakan shopee, konsumen dapat melakukan cek pada sertifikat halal dengan melalui situs LPPOM MUI dan dapat meyakinkan dengan adanya logo halal yang resmi pada produk-produk yang dijual oleh penjual kepada pembeli dan saat cek terjadi praktik halal tersebut dapat menyediakan situs (Perusahaan Penjual). Pada saat itu, shopee barokah dapat memperlihatkan promosi-promosi apa saja yang menarik di hari jumat terakhir pada setiap bulan.

Setelah mengaktifkan Shopee Barokah, maka Anda tidak dapat menggunakan pembayaran dengan Kartu Debit dan Kartu Kredit sedangkan COD dapat Anda gunakan apabila Penjual sudah mengaktifkan Metode Pembayaran COD. Apabila menerima produk yang tidak sesuai, silakan ajukan pengembalian barang atau dana sesuai syarat & ketentuan pengembalian barang/dana di Shopee.

Pembayaran shopee barokah menghindarkan adanya riba, pada transaksi Islam di shopee barokah, penjual maupun pembeli dapat melakukan transaksi dengan

aman dan nyaman dalam akad maupun pembayarannya yang sesuai dengan prinsip yang ada di agama islam. pengguna juga bisa beramal ziswaf dengan aplikasi shopee fitur shopee barokah. Semua orang akan bisa mengatasi apa saja masalah-masalah ekonomi dan sosial dengan ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, Dan Wakaf), salah satunya dapat mengurangi jumlah kemiskinan, tersalurkannya pendapatan yang adil sampai jaminan sosial.

Zakat ialah sebagian harta yang harus wajib dikeluarkan oleh seorang muslim jika sudah memenuhi syarat yang sudah ditetapkan. Zakat adalah kewajiban yang telah diperintahkan oleh Allah SWT untuk umat Islam. Zakat merupakan ibadah sudah ada adalah rukun Islam ketiga. Zakat dalam istilahnya adalah fikih berarti sejumlah harta yang diwajibkan Allah SWT dan diserahkan pada orang yang berhak menerimanya(Atabik, 2015).

Dalam melaksanakan zakat terdapat kewajiban sosial bagi seseorang yang mampu dan sudah memiliki batas kekayaan memenuhi batas dari nishab atau minimal dengan haul atau rentang waktu setahun. hikmah dari disyariatkan zakat yaitu dapat meratakan keadilan yang ada pada ekonomi. Dengan berzakat, seseorang yang tidak punya dapat merasakan bahwa mereka adalah bagian dari masyarakat tidak punya, dengan begitu masyarakat merasa mereka dihargai sebab ada empati dari orang-orang yang mempunyai (Atabik, 2015).

Infaq merupakan kegiatan belanja-keluarnya harta maupun benda untuk kebaikan yang ada dalam perintah agama Islam. Terdapat dua tujuan infaq yaitu untuk mendapat ridho Allah SWT dan keteguhan jiwa. Infak dapat membuat seseorang mempunyai rasa sabar dan mampu berlapang dada dalam menjalankan

perintah agama Islam. Infak dapat diartikan sebagai bukti seseorang mempunyai jiwa kepada sekitar memiliki sikap peduli kepada sesama yang tinggi maupun rasa sosial kepada sesamanya yang tinggi. Apabila infak dirasa hanya memberikan sesuatu yang sukarela maka yang akan terjadi yaitu sikap apatis dari seseorang agar memberi hanya sekedarnya (Yuswar, 2015).

Sedekah merupakan sebagian harta atau benda yang telah dikeluarkan seseorang sgsr lebih dekat kepada Allah SWT. Sedekah adalah salah satu bukti nyata seseorang cinta kepada hambanya terhadap rasa nikmat yang telah diberikan Allah SWT kepada seseorang agar orang tersebut mampu dalam memberikan sedikit harta yang telah diberikan Allah SWT agar digunakan untuk membantu sesama manusia dan perjuangan islam. Sedekah disini merupakan ibadah yang mempunyai dua dimensi yaitu yang pertama dimensi horizontal dan selanjutnya dimensi vertikal. Dimensi horizontal adalah bentuk hubungan antara manusia kemudian dimensi vertikal yaitu hubungan antara manusia dengan Tuhan (Hasibuan, 2019).

Wakaf artinya melakukan penahanan harta yang apabila diambil bisa memberikan manfaaat seterusnya dengan harta itu sendiri dan mampu meberikan kegunaan atau manfaat di jalan yang baik sehingga bertujuan agar lebih mendekatkan manusia kepada Allah SWT sang penciptanya, apabila dalam wakaf peran menjadi maksimal, maka dapat menjadikan solusi bagi masalah-masalah yang terjadi ditengah masyarakat. Wakaf mampu membuat kesenjangan sosial antara miskin dan kaya berkurang. Wakaf dapat dilihat sebagai jembatan untuk kalangan bawah agar dapat dengan mudah membuat akses sumber daya

perekonomian (Rahman, 2009). berikut ini cara beramal di ziswaf lewat shopee, Ikuti cara berikut ini untuk beramal pakai saldo shopeepay:

1. Pilih ikon shopee barokah pada halaman utama aplikasi shopee
2. Pilih ziswaf
3. Pilih produk di kategori kebaikan melalui ziswaf.
4. Anda dapat mengetahui ziswaf berhasil apabila status pesanan anda sudah selesai pada riwayat pembelian di halaman Pesanan.
5. Zakat disalurkan ke BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) dan lembaga amil.

2.2. Hasil Penelitian Yang Relevan

Tabel 2.1
Penelitian yang relevan

No	Peneliti, Tahun	Judul	Metode Analisis Data	Hasil
1	(Lisdayanti et al., 2020)	<i>“THE EFFECT OF PERCEPTIONS OF EASE AND PERCEPTION OF RISK ON INTEREST IN SHOPPING ONLINE USING THE SHOPEE APPLICATION IN THE PANDEMIC ERA”</i>	<i>The method used is descriptive analysis and verification, This study conducted a descriptive analysis. The research model used is multiple linear regression and hypothesis testing.</i>	<i>Risk perception variable was the most significant increasing the Interest in online shopping using the application</i>
2	(Nurdin et al., 2020)	“pengaruh pengetahuan, kemudahan, dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan finansial	Teknik pengumpulan data dengan kuesioner,. Teknik analisis data kuantitatif	Pengetahuan, risiko tidak berpengaruh positif dan Kemudahan berpengaruh

		technology (fintech) pada mahasiswa institut agama islam negeri (iain) palu”	dengan tahapan uji validitas, reabilitas, uji regresi berganda, dan uji asumsi klasik untuk uji hipotesis menggunakan uji f dan uji t.	positif dan signifikan.
3	(Setiawan et al., 2020)	“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan Financial Teknologi (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi”.	Metode pengambilan sampel dengan teknik <i>purposive sampling</i> , Metode analisis data SEM PLS.	Kemudahan penggunaan dan risiko berpengaruh positif dan signifikan kemudian efektifitas berpengaruh positif dan signifikan.
4	(Afandi et al., 2021)	“Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening”.	Penelitian pendekatan kuantitatif deskriptif. Teknik analisis data dengan PLS. Dengan Outlier Model, Inner Model, Pengujian Hipotesis.	Pesepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan berpengaruh negatif dan signifikan, pesepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan tidak berpengaruh.
5	(Kasanah & Faujiah, 2021)	“Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Dan <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap Minat Penggunaan E-	Data primer yang bersifat kuantitatif, Metode analisis regresi linear berganda,	Variabel <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan.terhada

		Commerce Shopee Barokah”.	Pengolahan data SPSS 16.	p minat penggunaan e-commerce shopee barokah
6	(Nasir, 2021)	“pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO”	Teknik pengambilan data purposive sampling, alat analisis SPSS, uji validitas instrumen penelitian, uji asumsi klasik dan uji hipotesis	Secara variabel persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO
7	(Sulistiowati & Chan, 2021)	<i>“Analysis of the Effect of Ease of Use, Promotion and Security on Consumer Repurchase Intention Digital Saving Through Customer Satisfaction”</i>	<i>This research is included in the quantitative category, The analysis method used is SEM with the PLS program.</i>	<i>Ease of Use, Promotion, and Security have a positive impact on Customer Satisfaction. Furthermore, it is known that customer satisfaction is able to have a positive impact on Repurchase Intention..</i>
8	(Ulansari & Yudiantara, 2021)	“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Norma Subjektif terhadap MInat Menggunakan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (E-Payment)”	Data diolah menggunakan SPSS versi 22	persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat menggunakan sistem informasi pembayaran elektronik (e-payment)

9	(Alfani, 2022)	“Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Produk Halal Terhadap Minat Pembelian Di Shopee Barokah (Studi Kasus Pada Generasi Z Muslim Di Samarinda)”	Teknik sampling menggunakan probabilitas teknik sampling atau sampel acak.. Metode analisa data uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, tes analisis regresi berulang, uji F, menggunakan SPSS	Variabel kepercayaan, kenyamanan, kualitas informasi, dan produk halal secara bersamaan memiliki efek signifikan pada membeli bunga di shopee barokah
10	(Aulia Rahmah et al., 2022)	<i>“Perceptions of Easy, Perception of Risk, And Financial Literature to Understanding The Use of Shopee Pay As Electronic Payment Tools”</i>	<i>This study uses quantitative methods. Determination of the sample by purposive sampling technique. The data collection technique was using SPSS 21</i>	<i>perception of ease has a significant effect, risk perception variable has no significant effect, Financial literacy has a significant effect on understanding the use of ShopeePay among teenagers in Purwakarta</i>
11	(Basalama h et al., 2022)	“pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan <i>dinancial tecnology</i> (fintech) go-pay pada generasi milenial”	teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> , Teknik analisis data kuantitatif dengan menggunakan SPSS	Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.
12	(Faiza et al., 2022)	“FITUR HALAL SHOPEE BAROKAH SEBAGAI PREFERENSI BELANJA	Teknik penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yaitu observasi,	Perkembangan fitur Shopee Barokah memiliki potensi yang sangat besar sebagai platform <i>e-commerce</i>

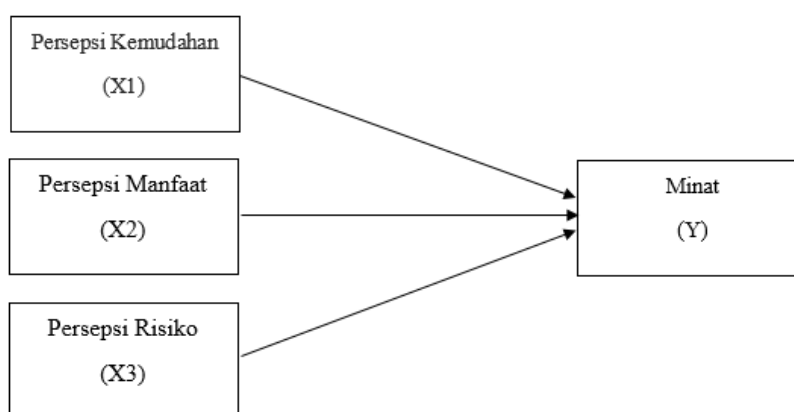
		MUSLIM DI ERA DIGITAL”	wawancara dan dokumentasi.	pertama yang mengembangkan fitur belanja online berbasis syariah
13	(Hanifah & Mukhlis, 2022)	“Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Dalam Menggunakan Layanan Shopeepay: Pendekatan Technology Acceptance Model”	Pengumpulan data dengan kuisisioner, penelitian dilakukan uji instrumen adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Data yang didapatkan diolah melalui software SPSS.	Efektivitas dan hedonis berpengaruh positif dan signifikan sedangkan kemanfaatan dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan.
14	(Wijaya & Susilawati, 2022)	“pengaruh persepsi risiko dan kepercayaan (trust) pada adopsi layanan fintech (studi kasus pada layanan pembayaran digital gopay)”	Metode analisis data deskriptif serta analisis regresi linier berganda, uji hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji F	Persepsi risiko berpengaruh negatif sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan gopay di kota bandung.
15	(Veronica, 2022)	“Pengaruh persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan Literasi keuangan terhadap minat penggunaan linkaja”	Penelitian dengan menyebarkan kuisisioner dan data yang diperoleh diolah dengan SmartPLS versi 3.2.9	Persepsi risiko dan literasi keuangan berpengaruh positif sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh

				negatif minat penggunaan
--	--	--	--	--------------------------

Perbedaan dengan penelitian relevan di atas, objek penelitian ini yaitu pengguna ziswaf melalui shopee generasi Z Kabupaten Karanganyar, dimana belum ada penelitian yang meneliti objek tersebut. Penelitian terdahulu yang terkait dengan judul tersebut lebih banyak menggunakan objek mahasiswa, ShopeePay, Go-Pay, dan ovo. Pada teknis analisis data, pada penelitian terdahulu seperti penelitian (Hanifah & Mukhlis, 2022) menggunakan teknik analisis SPSS. Pada Penelitian (Setiawan et al., 2020) menggunakan variabel terikat yaitu variabel minat. Dengan hal tersebut saya memodifikasi penelitian sebelumnya dengan menggunakan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membayar Ziswaf Melalui Shopee”

2.3. Kerangka Berfikir

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



Sumber: Jurnal penelitian (Nurdin et al., 2020) yang telah dimodifikasi

2.4. Hipotesis

Hipotesis ialah kesimpulan teoritis dalam suatu penelitian. Hipotesis sebagai pedoman agar dapat mengarah ke penelitian yang sesuai apa yang diharapkan:

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat

Persepsi kemudahan memiliki peran yang sangat penting. Persepsi kemudahan dapat membuat niat pada orang dalam menggunakan teknologi dengan langsung maupun tidak langsung, mudah atau tidaknya dalam menggunakan teknologi membuat minat seseorang muncul.

Penelitian ini dilakukan oleh (Nurdin et al., 2020) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *Fintech*. Kemudian *perceived ease of use* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-commerce* shopee barokah (Kasanah & Faujiah, 2021). Berdasarkan hasil uraian penelitian terdahulu maka dapat mengajukan pada penelitian sebagai berikut:

H1: Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat.

2. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat

Persepsi manfaat atau kepercayaan yaitu apa yang dirasakan kemudian diputuskan dapat memberi manfaat kepada seseorang, jika terdapat manfaat maka seseorang itu akan berminat menggunakan dan apabila seseorang tersebut merasakan bahwa apa yang diputuskan tidak bermanfaat maka seseorang tersebut tidak akan menggunakan.

Penelitian ini dilakukan oleh (Ulansari & Yudiantara, 2021) yang menunjukkan apabila persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan sistem informasi pembayaran elektronik (*e-payment*). Menurut (Hanifah & Mukhlis, 2022) variabel kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa jurusan Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2018 dalam penggunaan layanan ShopeePay. Berdasarkan hasil uraian penelitian terdahulu maka japat mengajukan pada penelitian sebagai berikut:

H2: Persepsi Manfaat Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat.

3. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat

Risiko yang tinggi dapat mengurangi minat seseorang dalam transaksinya. Maka pemahaman tentang membayar ziswaf menggunakan shopee harus dipahami dahulu, jika dapat menimbulkan resiko maka seseorang tersebut tidak berminat menggunakannya.

Penelitian dilakukan oleh (Veronica, 2022) persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Kemudian menurut (Setiawan et al., 2020) risiko berpengaruh terhadap Penggunaan *financial technology (fintech)*. Berdasarkan hasil uraian penelitian terdahulu maka japat mengajukan pada penelitian sebagai berikut:

H3: Persepsi Risiko Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif yang artinya metode pada penelitian ini berlandas kepada filsafat positivisme, yang kemudian berguna untuk meneliti populasi dan sampel, pengumpulan data tersebut dengan instrument penelitian, analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif, bertujuan agar dapat membuat gambaran dan menguji hipotesis. Penelitian ini dengan survei dan teknik pengumpulan data melalui kuesioner/angket.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Karanganyar. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April - Mei 2023.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi pada wilayah general yang terdiri atas: obyek dan subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik dengan ditetapkannya hal tersebut maka peneliti dapat meneliti mempelajari lalu dapat menarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi yang dimaksud merupakan masyarakat generasi Z Kabupaten Karanganyar yang berminat membayar ziswaf melalui shopee. Menurut (Andrea et al., 2016) generasi Z dimulai pada tahun 1995-2010 kemudian jumlah masyarakat karanganyar mencapai 270.934 jiwa (Badan Pusat Statistik Kabupaten Karanganyar, 2022).

3.3.2. Sampel

Populasi pada penelitian ini tidak dapat diketahui dengan pasti, maka dari itu tidak mungkin memilih sampel dengan adil dan memberikan kesempatan yang sama untuk setiap anggota yang dipilih menjadi sampel. Oleh sebab itu, sampel dalam teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dimana hanya sampel sesuai pada kriteria tersebut dapat ditetapkan sebagai sampel penelitian (Sugiyono, 2017).

Tabel 3.1
Skala likert

Kode	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2017)

Jumlah sampel pada penelitian adalah 162 responden. Jumlah ini diperoleh menggunakan rumus Yamne dalam (Sugiyono, 2017) berikut ini:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = Sampling error (tingkat kesalahan sampel) yaitu 5% atau 0,05

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{270.934}{1 + 270.934 (5\%)^2} \\
 &= \frac{270.934}{1 + 0,677335} \\
 &= \frac{270.934}{1,677335}
 \end{aligned}$$

$n = 161,52$ dibulatkan 162, jadi jumlah sampel adalah menjadi 162 orang.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuisisioner dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, kemudian responden akan memberi jawaban atau respon terhadap pertanyaan yang sudah diajukan atau ditulis dalam kuisisioner yang sudah disebar.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah bagaimana nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang dilakukan oleh peneliti supaya mudah pelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Terdapat 2 variabel dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel independen yaitu persepsi kemudahan (X1), persepsi manfaat (X2) dan persepsi risiko (X3).

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2017). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, Variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen antara lain persepsi kemudahan (X1), persepsi manfaat (X2) dan persepsi risiko (X3). Variabel dependennya adalah minat (Y).

Tabel 3.2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
Persepsi kemudahan (X1)	Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat membuat bebas dari kesulitan maupun upaya besar (Davis, 1989).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi informasi mudah untuk dipelajari. 2. Teknologi informasi mudah untuk didapatkan. 3. Teknologi informasi mudah untuk dioperasikan (Davis, 1989). 	Likert
Manfaat (X2)	Sejauh mana seseorang tersebut percaya apabila sebuah sistem mampu dipergunakan dengan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran. 	

	mendapat keuntungan dan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989).	<ol style="list-style-type: none"> 2. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi. 3. Memberikan manfaat dapat mengerjakan pekerjaan lebih cepat. 4. Memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran (Davis, 1989). 	
Persepsi Risiko (X3)	Risiko merupakan sesuatu yang menghadirkan penilaian individu terhadap kemungkinan yang berhubungan dengan hasil yang positif atau negatif pada suatu transaksi atas situasi (Setiawan et al., 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya ketidakpastian 2. Persepsi risiko 3. Potensi adanya risiko (Setiawan et al., 2020) 	
Minat (Y)	Minat adalah dorongan dari psikis individu untuk melakukan sesuatu atau menggunakan tanpa dorongan dari pihak lain, Rasa ketertarikan tersebut bukan karena paksaan tapi tapi kesadaran yang tinggi karena keinginan yang kuat untuk mencapai	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa ingin Menggunakan 2. Selalu menggunakan 3. Berlanjut menggunakan di masa yang akan datang. (Nurdin et al., 2020). 	

	tujuannya (Nurdin et al., 2020)		
--	---------------------------------	--	--

3.7 Metode Analisis Data

Penelitian menggunakan metodologi *Partial Least Square (PLS)*. Pada saat mengolah data dan menarik kesimpulan peneliti akan menggunakan program *SmartPLS*.

PLS yaitu salah satu metode statistika SEM berbasis varian dan didesain pada saat terjadi permasalahan spesifik untuk menyelesaikan regresi berganda, contohnya saat ukuran sampel pada penelitian kecil, dengan adanya hal tersebut maka data yang hilang (*missing value*) dan multikolinearitas. Penelitian menggunakan software *SmartPLS 3.0* yang hasil penelitiannya terdapat hubungan antar variabel-variabel yang dibandingkan (Sumarna & Manik, 2019).

Analisa pada PLS dilakukan dengan tiga tahap:

1. Analisa *outer model*
2. Analisa *inner model*
3. Pengujian Hipotesa

1. Pengujian *outer model* atau model pengukuran

Analisa *Outer Model* menunjukkan spesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. atau dapat dikatakan bahwa *outer model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya (Hussein, 2015). Uji yang dilakukan pada *outer model* :

1. Validitas Konvergen

Pada uji validitas konvergen yaitu pengukuran suatu konstruk harus memiliki korelasi yang tinggi. Nilai *loading factor* pada variabel laten dengan indikatornya. Semakin tinggi nilai *loading factor* pada setiap indikator konstruk maka semakin baik dalam memberikan interpretasi dari matrik faktor. *Rule of thumb* yang digunakan untuk uji validitas konvergen yaitu nilai *outer loading* dan AVE. Nilai *outer loading* harus $>0,7$ dan AVE harus $>0,5$ (Hussein, 2015).

2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan digunakan untuk mengetahui konstruk tersebut memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain. Hasil pengujian ini dapat diamati pada output *Kriteria Fornell-Larcker* dan output *Cross Loading* (Hussein, 2015).

3. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dalam PLS bisa menggunakan dua metode yaitu melihat nilai *cronbach alpha* dan nilai *composite reliability*. *Cronbach alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk, sedangkan *composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Data yang memiliki *composite reliability* $>0,7$ mempunyai reliabilitas yang tinggi, *Cronbach Alpha* Nilai diharapkan $>0,6$ untuk semua konstruk (Hussein, 2015).

b. Pengujian *Inner Model* atau Model Struktural

Inner model atau model struktural merupakan model yang menghubungkan antar variabel laten. Dalam penelitian ini, model struktural dibentuk berdasarkan teori dan hasil-hasil penelitian empiris (penelitian terdahulu). Perancangan hubungan dalam *inner model* berdasarkan pada hipotesis. Evaluasi *inner model* dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi Koefisien determinasi, *Predictive Relevance*, *Goodness of Fit Index*.

c. Pengujian Hipotesis

Menguji hipotesis dapat dilihat pada nilai t-statistik dan nilai probabilitas, Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistiknya adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan Hipotesa adalah H_a diterima dan H_0 di tolak ketika t-statistik $>1,96$. Agar menolak atau menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a di terima jika nilai $p < 0,05$ (Hussein, 2015).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan salah satu metode penelitian dengan mengumpulkan data riil atau nyata kemudian data tersebut disusun, diolah kemudian dianalisis untuk menghasilkan gambaran mengenai masalah yang ada (Sugiyono, 2017).

4.1.1 Analisis Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini menyebarkan sebanyak 162 kuisisioner pada responden yang berminat membayar Ziswaf melalui Shopee. Berdasarkan data yang terkumpul akan diidentifikasi berdasarkan Jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan dimana tempat tinggal di Kabupaten Karanganyar. Identifikasi ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui gambaran umum responden dalam penelitian. Berikut ini adalah data responden yang ikut dalam penelitian.

Tabel 4.1
Analisis Deskriptif Responden

Karakteristik		Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	103	63,6%
	Perempuan	59	36,4%
	Total	162	100%
Usia	13-19 tahun	17	10,5%
	20-28 tahun	145	89,5%
	Total	162	100%
Perkerjaan	Sekolah	42	25,5%
	Pegawai Swasta	82	50,6%

	Wiraswasta	38	23,5%
	Total	162	100%
Domisili kec di Kabupaten Karanganyar	Kec Jatiporo	6	3,7%
	Kec Jatiyoso	3	1,9%
	Kec Jumapolo	6	3,7%
	Kec Jumantono	6	3,7%
	Kec Matesih	31	19,1%
	Kec Tawangmangu	6	3,7%
	Kec Ngargoyoso	7	4,3%
	Kec Karangpandan	24	14,8%
	Kec Karanganyar	23	14,2%
	Kec Tasikmadu	8	4,9%
	Kec Jaten	10	6,2%
	Kec Colomadu	7	4,3%
	Kec Gondangrejo	2	1,2%
	Kec Kebakkramat	4	2,5%
	Kec Mojogedang	10	6,2%
	Kec Kerjo	7	4,3%
Kec Jenawi	2	1,2%	
	Total	162	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan kuisisioner yang dibagikan kepada 162 responden diatas dapat dilihat bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini adalah laki-laki sebanyak 103 orang dengan presentase 63,6%, sedangkan perempuan hanya 59 orang dengan presentase 36,4%. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas responden yang memiliki

minat membayar ziswaf melalui shopee generasi Z Kabupaten Karanganyar yang berjenis kelamin laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan kuisisioner yang dibagikan kepada 162 responden, dapat diketahui bahwa usia responden terbanyak adalah 20-28 tahun dengan jumlah 145 orang dengan presentase 89,5%. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas responden yang memiliki minat membayar ziswaf melalui shopee generasi Z Kabupaten Karanganyar pada rentang usia 20-28 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan kuisisioner yang dibagikan kepada 162 responden, dapat diketahui bahwa pekerjaan responden terbanyak adalah pegawai swasta yaitu sebanyak 82 orang dan berkontribusi sebesar 50,6%. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas responden yang memiliki minat membayar ziswaf melalui shopee generasi Z Kabupaten Karanganyar bekerja sebagai pegawai swasta.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili di Kabupaten Karanganyar

Berdasarkan kuisisioner yang dibagikan kepada 100 responden, dapat diketahui bahwa responden terbanyak berdomisili di Kecamatan Matesih yaitu 31 responden dengan presentase 19,1%. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas responden yang memiliki minat membayar ziswaf melalui shopee generasi Z Kabupaten Karanganyar pada wilayah Kecamatan Matesih.

4.1.2. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif variabel merupakan gambaran tanggapan dari responden penelitian terhadap pernyataan yang diajukan peneliti. Analisis ini menggunakan

mean dari indikator dan variabel untuk mengelompokkan tanggapan responden. Nilai *mean* yang didapat selanjutnya dikelompokkan dalam 5 kategorisasi data (Sugiyono, 2017). Berikut merupakan perhitungan interval untuk menentukan batas dari kategorisasi tersebut:

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah kelas}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Melalui perhitungan interval diatas, berikut kategorisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4. 2
Kategorisasi Interval

Interval	Minat	Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi Manfaat (X2)	Persepsi Risiko (X3)
1,00–1,80	Sangat Rendah	Sangat Tidak Mudah	Sangat Tidak Bermanfaat	Sangat Kecil
1,81–2,61	Rendah	Tidak Mudah	Tidak Bermanfaat	Kecil
2,62–3,42	Sedang	Netral	Sedang	Sedang
3,43–4,23	Tinggi	Mudah	Manfaat	Besar
4,24–5,04	Sangat Tinggi	Sangat Mudah	Sangat Bermanfaat	Sangat Besar

Sumber : Data diolah, 2023

1. Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

Variabel persepsi kemudahan pada penelitian ini didefinisikan sebagai keinginan individu untuk membayar ziswaf melalui shopee. Variabel persepsi kemudahan pada penelitian ini dideskripsikan melalui 3 indikator dengan 3 pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

Item Pernyataan	Mean	Kategori
Teknologi Informasi Mudah Untuk Dipelajari		
Membayar ziswaf melalui shopee mudah saya pelajari	3.30	Netral
Teknologi Informasi Mudah untuk didapatkan		
Membayar ziswaf melalui shopee mudah saya dapatkan	3.30	Netral
Teknologi Informasi Mudah Untuk Dioperasikan		
Membayar ziswaf melalui shopee mudah saya operasikan	3,23	Netral
Variabel Persepsi Kemudahan (X1)	3,27	Netral

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan analisis dari jawaban responden pada variabel persepsi kemudahan, indikator dengan *mean* tertinggi diperoleh dari indikator teknologi informasi mudah untuk dipelajari dan teknologi informasi mudah untuk didapatkan dengan *mean* sebesar 3,30, sedangkan indikator dengan *mean* terendah diperoleh dari indikator teknologi informasi mudah untuk dioperasikan dengan *mean* sebesar 3,23. Variabel persepsi kemudahan memiliki *mean* sebesar 3,27 yang berarti bahwa rata-rata responden memiliki persepsi kemudahan yang netral pada saat membayar ziswaf melalui shopee.

2. Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Manfaat (X2)

Persepsi manfaat pada penelitian ini didefinisikan sebagai keinginan individu untuk membayar ziswaf melalui shopee. Variabel persepsi manfaat pada penelitian ini dideskripsikan melalui 4 indikator dengan 4 pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Manfaat (X2)

Item Pernyataan	Mean	Kategori
Meningkatkan Efisiensi Dalam Melakukan Transaksi Pembayaran		
Membayar ziswaf melalui shopee dapat memberikan efisiensi saat saya dalam melakukan transaksi	3,34	Sedang
Memberikan Keuntungan Tambahan Saat Menyelesaikan Transaksi		
Membayar ziswaf melalui shopee bisa memberikan keuntungan saat saya selesai dalam bertransaksi	3,36	Sedang
Memberikan Manfaat Dapat Mengerjakan Pekerjaan Lebih Cepat		
Membayar ziswaf melalui shopee dapat mempercepat pekerjaan saat bertransaksi	3,29	Sedang
Memberikan Rasa Aman Ketika Melakukan Transaksi Pembayaran		
Shopee bisa memberikan saya rasa aman saat melakukan transaksi membayar ziswaf melalui fitur shopee barokah	3,41	Sedang
Variabel Persepsi Manfaat (X3)	3,35	Sedang

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan analisis dari jawaban responden pada variabel persepsi manfaat, indikator memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran dengan *mean* tertinggi sebesar 3,41, sedangkan indikator dengan *mean* terendah diperoleh dari indikator memberikan manfaat dapat mengerjakan pekerjaan lebih cepat dengan *mean* sebesar 3,29. Variabel persepsi manfaat memiliki *mean* sebesar 3,35 yang berarti bahwa rata-rata responden memiliki persepsi manfaat yang sedang pada saat membayar ziswaf melalui shopee.

3. Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Risiko (X3)

Variabel persepsi risiko pada penelitian ini didefinisikan sebagai keinginan individu untuk membayar ziswaf melalui shopee. Variabel persepsi risiko pada

penelitian ini dideskripsikan melalui 3 indikator dengan 3 pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Risiko (X3)

Item Pernyataan	Mean	Kategori
Adanya Ketidakpastian		
Adanya ketidakpastian saat membayar ziswaf melalui shopee	3.34	Netral
Persepi Risiko		
Membayar ziswaf melalui shopee dapat memunculkan berbagai risiko	3.30	Netral
Adanya Potensi Risiko		
Membayar ziswaf melalui shopee berpotensi dan membantu mengatasi berbagai masalah ekonomi	3,29	Netral
Variabel Persepsi Risiko (X3)	3,31	Netral

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan analisis dari jawaban responden pada variabel persepsi risiko, indikator dengan *mean* tertinggi diperoleh dari indikator adanya potensi risiko dengan *mean* sebesar 3,34, sedangkan indikator adanya ketidakpastian dengan *mean* terendah diperoleh dengan *mean* sebesar 3,29. Variabel persepsi risiko memiliki *mean* sebesar 3,31 yang berarti bahwa rata-rata responden memiliki persepsi risiko yang netral pada saat membayar ziswaf melalui shopee.

4. Analisis Deskriptif Variabel Minat (Y)

Variabel minat pada penelitian ini didefinisikan sebagai keinginan individu untuk membayar ziswaf melalui shopee. Variabel minat pada penelitian ini dideskripsikan melalui 3 indikator dengan 3 pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Analisis Deskriptif Variabel Minat (Y)

Item Pernyataan	Mean	Kategori
Rasa Ingin Menggunakan		
Lebih ingin menggunakan shopee untuk membayar ziswaf daripada aplikasi lainnya	3.27	Netral
Selalu Menggunakan		
Selalu menggunakan shopee untuk membayar ziswaf karena lebih mudah dan efisien	3.33	Netral
Berlanjut Menggunakan Di Masa Yang Akan Datang		
Selalu berlanjut membayar ziswaf melalui shopee di masa yang akan datang	3,27	Netral
Variabel Minat (Y)	3,29	Netral

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan analisis dari jawaban responden pada variabel minat, indikator dengan *mean* tertinggi diperoleh dari indikator selalu menggunakan dengan *mean* sebesar 3,33, sedangkan indikator rasa ingin menggunakan dan berlanjut menggunakan di masa yang akan datang dengan *mean* terendah diperoleh dengan *mean* sebesar 3,27. Variabel persepsi minat memiliki *mean* sebesar 3,29 yang berarti bahwa rata-rata responden memiliki persepsi minat yang netral pada saat membayar ziswaf melalui shopee.

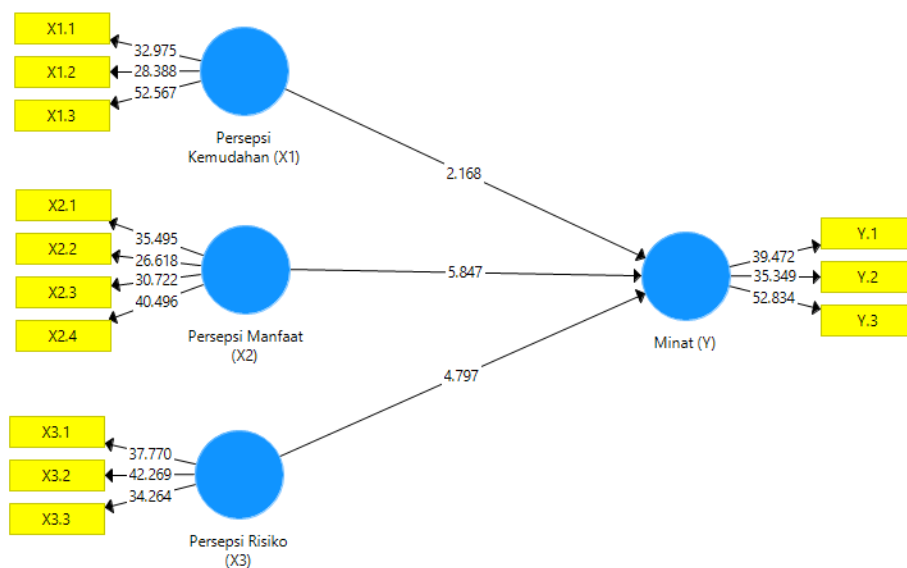
4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1. Pengujian Instrumen Penelitian *Outer model*

Analisis *outer model* dapat digunakan untuk menguji yang layak tidaknya digunakan supaya dapat dijadikan pengukuran yang valid. Tahapan penting yakni , uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan dan uji reliabilitas. Berikut adalah model pengukuran sesudah uji indikator:

Gambar 4.1

Model Pengukuran Sesudah Uji Indikator



Sumber: *Output SmartPLS3.0*, 2023

Gambar diatas menunjukkan hasil dari semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dilakukan untuk mengukur sejauh mana alat ukur tersebut mampu mengukur apa yang diukur. Uji validitas konvergen untuk menjamin bahwa instrument yang digunakan telah sesuai dengan konsep untuk mengukur variabel. Uji validitas konvergen dapat dikatakan valid apabila nilai *loading factor* $>0,7$ dan AVE $>0,5$. Hasil uji validitas konvergen melalui pengamatan pada nilai *outer loading* dan AVE dari penelitian ini yaitu:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan (X1)

Indikator Variabel	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
X1.1	0,826	Valid
X1.2	0,795	Valid
X1.3	0,877	Valid

Sumber: *Output SmartPLS3.0*, 2023

Hasil uji validitas persepsi kemudahan (X1) yang terdiri dari 3 indikator pertanyaan valid, karena memiliki nilai *outer loading* diatas 0,7. Masing-masing nilai sebesar 0,826;0,795; dan 0,877.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat (X2)

Indikator Variabel	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
X2.1	0,841	Valid
X2.2	0,811	Valid
X2.3	0,819	Valid
X2.4	0,860	Valid

Sumber: *Output SmartPLS3.0*, 2023

Hasil uji validitas persepsi manfaat (X2) yang terdiri dari 4 indikator pertanyaan valid, karena memiliki nilai *outer loading* diatas 0,7. Masing-masing nilai sebesar 0,841;0,811;0,819 dan 0,860.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Persepsi Risiko (X3)

Indikator Variabel	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
X3.1	0,851	Valid
X3.2	0,835	Valid
X3.3	0,833	Valid

Sumber: *Output SmartPLS3.0*, 2023

Hasil uji validitas persepsi manfaat (X3) yang terdiri dari 3 indikator pertanyaan valid, karena memiliki nilai *outer loading* diatas 0,7. Masing-masing nilai sebesar 0,851;0,835; dan 0,833.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Minat (Y)

Indikator Variabel	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
Y.1	0,871	Valid
Y.2	0,813	Valid
Y.3	0,890	Valid

Sumber: *Output SmartPLS3.0*, 2023

Hasil uji validitas persepsi minat (Y) yang terdiri dari 3 indikator pertanyaan valid, karena memiliki nilai *outer loading* diatas 0,7. Masing-masing nilai sebesar 0,871;0,813; dan 0,890.

Pengukuran *convergent validity* dapat dilihat dari nilai *loading factor* dan nilai *average inflation factor* (AVE)

Tabel 4.11
Loading factor dan AVE

	<i>Loading factor</i>	AVE	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan (X1)		0,695	Valid
X1.1	0,904		Valid
X1.2	0,945		Valid
X1.3	0,933		Valid
Persepsi Manfaat (X2)		0,694	Valid
X2.1	0,906		Valid
X2.2	0,903		Valid
X2.3	0,903		Valid
X2.4	0,869		Valid
Persepsi Risiko (X3)		0,795	Valid
X3.1	0,733		Valid
X3.2	0,724		Valid
X3.3	0,904		Valid
Minat (Y)		0,738	Valid
Y.1	0,944		Valid
Y.2	0,958		Valid
Y.3	0,951		Valid

Sumber: *Output SmartPLS3.0*, 2023

2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dapat diketahui dengan melihat *nilai fornell larcker criterion*. Uji validitas diskriminan ini menunjukkan korelasi variabel dengan variabel itu sendiri tidak boleh lebih kecil dengan korelasi variabel lainnya. Berikut tabel yang sudah memenuhi kriteria diatas:

Tabel 4.12
Fornell Larcker Crierior

	Minat (Y)	Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi Manfaat (X2)	Persepsi Risiko (X3)
Minat (Y)	0,859			
Persepsi Kemudahan (X1)	0,798	0,833		
Persepsi Manfaat (X2)	0,822	0,850	0,833	
Persepsi Risiko (X3)	0,803	0,802	0,772	0,840

Sumber: *Output SmartPLS3.0, 2023*

Berdasarkan hasil *loading factor*, *average inflation factor* (AVE), dan *fornell lacker criterion* telah terpenuhi syarat, maka dapat diartikan bahwa semua variabel laten telah memnuhi uji validitas.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur reliabilititas suatu instrument dalam penelitian untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrument dalam mengukur konstruk. *Composite reliability* dapat dikatakan reliabel apabila *cronbach's alpha* dan *composite reliability* lebih dari 0,7. Hasil uji dari penelitian ini yaitu:

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>rho_A</i>	Kesimpulan
Minat (Y)	0,821	0,894	0,822	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X1)	0,779	0,872	0,782	Reliabel
Persepsi Manfaat (X2)	0,853	0,900	0,853	Reliabel
Persepsi Risiko (X3)	0,791	0,878	0,791	Reliabel

Sumber: *Output SmartPLS3.0, 2023*

Dari hasil uji *composite reliability* dan *cronbach's alpha* diatas bahwa seluruh variabel memiliki nilai $>0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh nilai variabel memenuhi uji reliabilitas.

4.2.2. Pengujian Instrumen Penelitian *inner model*

Pengujian *inner model* dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun robust dan akurat. Evaluasi *inner model* dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi:

1. Koefisien determinasi atau *R-Square*

Nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel eksogen tertentu, variabel endogen apakah mempunyai pengaruh substantif (Hussein, 2015). Nilai *R-Square* sebesar 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model “kuat”, “moderat”, dan “lemah”. Hasil uji determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Koefisien Determinasi

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Minat (Y)	0,752	0,748

Sumber: *Output SmartPLS3.0*, 2023

Hasil uji determinasi dapat diketahui nilai *R-Square* dari variabel minat (Y) sebesar 0,752. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap minat memayar ziswaf melalui shopee 75,2%. Sisanya 24,8%. Berdasarkan hasil tersebut maka menunjukkan hasil tersebut baik.

2. *Effect Size* atau *f square*

Nilai *f square* menunjukkan bahwa besar pengaruh parsial pada masing-masing variabel prediktor terhadap variabel endogen. Nilai *f square* yang didapat kemudian dikelompokkan dalam kategori berpengaruh kecil (0,02), berpengaruh menengah (0,15) dan berpengaruh besar (0,35). Berikut ini adalah nilai dari *f square*

Tabel 4.15
Hasil Nilai F Square

Variabel	Nilai <i>f square</i>
Persepsi Kemudahan (X1)	0,027
Persepsi Manfaat (X2)	0,165
Persepsi Risiko (X3)	0,166

Sumber: *Output SmartPLS3.0*, 2023

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, diperoleh beberapa hasil bahwa persepsi risiko (X3) merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee.

4.2.3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini yaitu menggunakan uji *path coefficient*. Untuk menilai signifikan pada *path coefficient* dapat dilihat melalui *critical ratio* yang diperoleh dari *bootstrapping*. *Rule of thumb* yang digunakan yaitu *t-statistic* >1,96 dan *P-Values* <0,05. Berikut tabel hasil pengujian:

Tabel 4.16
Uji *Path Coefficient*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
Persepsi Kemudahan -> Minat	0,173	0,169	0,080	2,168	0,032
Persepsi Manfaat -> Minat	0,401	0,408	0,069	5,847	0,000
Persepsi Risiko -> Minat	0,354	0,348	0,074	4,797	0,000

Sumber: *Output SmartPLS3.0*, 2023

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat

Hasil analisis dari pengujian yang dilakukan membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Berdasarkan hasil uji *path coefficient* yang dilakukan, persepsi kemudahan berpengaruh positif sebesar 0,173 dan berpengaruh secara signifikan yang dapat dilihat dari nilai *p value* sebesar $0,032 < 0,05$ dan nilai *t-statistics* sebesar $2,168 > 1,96$. Pengujian ini membuktikan bahwa Hipotesis 1 diterima.

2. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat

Hasil analisis dari pengujian yang dilakukan membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Berdasarkan hasil uji *path coefficient* yang dilakukan, persepsi manfaat berpengaruh positif sebesar 0,401 dan berpengaruh secara signifikan yang dapat dilihat dari nilai *p value* sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *t-statistics* sebesar $5,847 > 1,96$. Pengujian ini membuktikan bahwa Hipotesis 2 diterima.

3. Persepsi Risiko Terhadap Minat

Hasil analisis dari pengujian yang dilakukan membuktikan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Berdasarkan hasil uji *path coefficient* yang dilakukan, persepsi risiko berpengaruh positif sebesar 0,354 dan berpengaruh secara signifikan yang dapat dilihat dari nilai *p value* sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *t-statistics* sebesar $4,797 > 1,96$. Pengujian ini membuktikan bahwa Hipotesis 3 diterima.

4.3. Pembahasan Hasil Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee. Berikut adalah pembahasan mengenai pengaruh variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat

Pengujian hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, dapat dilihat bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee dengan nilai *t-statistics* sebesar 2,168 dan nilai *p-value* sebesar 0,032. Hasil dari penelitian ini dapat diartikan bahwa semakin mudah membayar ziswaf melalui shopee maka minat generasi Z Kabupaten Karanganyar semakin meningkat. Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan (Nurdin et al., 2020) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *Fintech*.

Persepsi kemudahan merupakan dimana seseorang percaya bahwa mudah digunakan dan dipahami. Dalam penggunaan antara pengguna dengan sistem ini

dapat memperlihatkan kemudahan hal tersebut lebih sering digunakan dalam menunjukkan mudah dioperasikan dan mudah digunakan oleh penggunanya. Pada aplikasi shopee terdapat fitur shopee barokah, maka seseorang bisa beramal melalui ziswaf. Dengan beramal melalui ziswaf seseorang bisa turut andil dalam membantu orang yang membutuhkan tetapi dalam ziswaf tidak bisa dengan mudah menggunakan pembayaran melalui kartu kredit dan kartu debit, tetapi seseorang tersebut bisa memakai sistem COD.

2. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat

Pengujian hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, dapat dilihat bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee dengan nilai *t-statistics* sebesar 5,847 dan nilai *p-value* sebesar 0,000. Hasil dari penelitian ini dapat diartikan bahwa semakin bermanfaat membayar ziswaf maka semakin tinggi pula minat pengguna dalam membayar ziswaf melalui shopee. Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan (Ulansari & Yudiantara, 2021) persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan sistem informasi pembayaran elektronik (*e-payment*).

Adapun manfaat yang telah diberikan saat ikut bertransaksi ziswaf melalui shopee yaitu dengan ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf) untuk dapat menghilangkan persepsi seseorang antara sekat kaya dan miskin. Apabila semua umat muslim mampu menjalankan ziswaf maka tidak mungkin kemiskinan didalam negara Indonesia dapat diatasi dengan cepat dan sesuai dengan ajaran agama Islam.

Dalam menjalankannya, ziswaf dapat memberikan manfaat terhadap orang banyak maka kegiatan membayar ziswaf melalui shopee akan banyak peminatnya. Apabila seseorang dapat percaya kepada aplikasi shopee maka akan banyak orang menggunakan dan mengerti bagaimana cara-cara agar menggunakan terus menerus tetapi jika menurutnya tidak terjadi manfaat maka seseorang tersebut tidak akan menggunakan aplikasi tersebut. Suatu teknologi suatu aplikasi akan sering digunakan apabila seseorang merasa bahwa disitu terdapat manfaat, dengan hal tersebut diharapkan mampu menghadirkan teknologi dan memberi manfaat.

3. Persepsi risiko terhadap minat

Pengujian hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, dapat dilihat bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee dengan nilai *t-statistics* sebesar 4,797 dan nilai *p-value* sebesar 0,000. Hasil dari penelitian ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi risiko yang terdapat dalam suatu aplikasi, maka semakin berhati-hati juga pengguna aplikasi tersebut. Sebaliknya, semakin rendah risiko yang terdapat di dalam suatu aplikasi tersebut, maka semakin lepas kontrol kendali pengguna terhadap aplikasi tersebut. Hasil penelitian ini selaras dengan (Veronica, 2022) persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan.

Adapun mitigasi yang telah dilakukan oleh shopee barokah dalam pengalaman penggunaannya shopee barokah adalah pihak shopee akan meminta untuk memasukkan kode pin yang tentunya hanya nasabah pemilik yang bisa melakukannya.

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan berdasarkan analisa data yang telah dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee.
2. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee.
3. Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ziswaf melalui shopee.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Adapun beberapa keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Jumlah responden 162 orang dan tentu masih banyak kurang untuk menggambar suatu keadaan yang sungguh-sungguh.
2. Penelitian ini hanya diterapkan pada pengguna shopee yang berminat membayar ziswaf di Kabupaten Karanganyar khusus generasi Z.
3. Variabel yang digunakan dalam mengukur minat membayar ziswaf melalui shopee dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko.

5.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, adapun saran yang disampaikan oleh penlitu sebagai berikut:

1. Kepada shopee khususnya shopee barokah untuk melakukan promosi yang lebih gencar agar lebih dikenal oleh semua orang. Karena fitur shopee barokah memiliki lebih banyak keunggulan di banding fitur lainnya terutama pada ziswaf.
2. Kepada peneliti yang akan membuat penelitian terhadap persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap minat perlu memperhatikan faktor-faktor lain dan meningkatkan variabel lain, kemudian menambah responden untuk berpartisipasi dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdila, R. (2020). *Shopee Kejar Potensi Pasar Syariah Lewat Fitur Barokah*
Artikel ini telah tayang di Tribunnews.com dengan judul Shopee Kejar Potensi Pasar Syariah Lewat Fitur Barokah, <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/04/30/shopee-kejar-potensi-pasar-syariah-lewat-fi>. Tribun Bisnis. <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/04/30/shopee-kejar-potensi-pasar-syariah-lewat-fitur-barokah>
- Afandi, A., Fadhillah, A., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Social Science Research*, 1(2), 568–577.
- Alfani, N. M. (2022). *Analisis Pengaruh Kepercayaan , Kemudahan , Kualitas Informasi , Produk Halal Terhadap Minat Pembelian Di Shopee Barokah (Studi Kasus Pada Generasi Z Muslim Di Samarinda)*. 2(2), 49–67.
- Andrea, B., Gabriella, H. C., & Tímea, J. (2016). Y and Z generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Atabik, A. (2015). Peranan zakat dalam pengentasan kemiskinan. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 2(2), 339–361.
- Aulia Rahmah, N., Irvy Nurul Husna, A., & Tinggi Agama Islam EZ Muttaqien Purwakarta, S. K. (2022). *Perceptions of Easy, Perception of Risk, And Financial Literature to Understanding The Use of Shopee Pay As Electronic Payment Tools*. 1(2), 490–495. <https://doi.org/10.51773/icobba.v1i2.123>
- Ayuni, Q., Cangara, H., & Arianto, A. (2019). The Influence of Digital Media Use on Sales Level of Culinary Package Product Among Female Entrepreneur. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(2).

<https://doi.org/10.33299/jpkop.23.2.2382>

Badan Pusat Statistik Kabupaten Karanganyar. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2020-2022*. <https://karanganyarkab.bps.go.id/indicator/12/29/1/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin.html>

Basalamah, R., Nurdin, N., Haekal, A., Noval, N., & Jalil, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 57–71. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i1.93.57-71>

Davis, F. D. (1986). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.1126/science.146.3652.1648>

Faiza, I., Lisa Nurani, Indah Permatasari, & Hendri Hermawan Adinugraha. (2022). Fitur Halal Shopee Barokah Sebagai Preferensi Belanja Online Muslim Di Era Digital. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 78–87. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v1i1.198>

Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1–13. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>

Hanifah, T. R., & Mukhlis, I. (2022). Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Dalam Menggunakan Layanan ShopeePay: Pendekatan Technology Acceptance Model. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 9(2), 69–83. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v9i2.2711>

Hussein, A. S. (2015). Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial

Least Squares dengan SmartPLS 3.0. *Universitas Brawijaya*, 1, 1–19.
<https://doi.org/10.1023/A:1023202519395>

Kasanah, I., & Faujiah, A. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Penggunaan E-Commerce Shopee Barokah. *Ico Edusha*.

<https://prosiding.stainim.ac.id/index.php/prd/article/view/166%0Ahttps://prosiding.stainim.ac.id/index.php/prd/article/download/166/109>

Lisdayanti, A., Roespinoedji, D., & Saudi, M. H. (2020). The Effect Of Perceptions Of Ease And Perception Of Risk On Interest In Shopping Online Using The Shopee Application In The Pandemic Era. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(10), 1288–1297.

Nasir, F. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunaka Aplikasi OVO Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *Jurnal Investasi*, 7(1), 36–43.

Nasution, M. H. (2015). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP INTERNET BANKING FACTORS AFFECTING THE INTERESTS OF CUSTOMERS OF INTERNET BANKING Mislah Hayati Nasution. *Jurnal Nisbah*, 1(1), 62–73.

Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. In *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*. *Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2). <https://www.bi.go.id>

Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 151–158.

<https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>

- Rahman, M. F. (2009). Wakaf Dalam Islam. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(1). <https://doi.org/10.15408/aiq.v1i1.2455>
- Rizaldi, M. W. (2019). *Muhamad Wafa Rizaldi, 2020 ANALISIS HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI INDONESIA DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu*. 1–14.
- Rizaty, M. A. (2022). *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2020*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022>
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, M. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card). *Management*, 1–20.
- Setiawan, A., Rofingatun, S., & Patma, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan Financial Teknologi (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 15(2), 35–48. <https://doi.org/10.52062/jakd.v15i2.1623>
- Siskawati, E. N., & Ningtyas, M. N. (2022). Financial Literature, Financial Technology and Student Financial Behavior. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 7(2), 102–113. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i2.1334>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta).
- Sulistiowati, Y., & Chan, S. (2021). Analysis of the Effect of Ease of Use , Promotion and Security on Consumer Repurchase Intention Digital Saving

Through Customer Satisfaction. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 6(7), 760–764.

Sumarna, D. L., & Manik, N. B. (2019). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna SAP PT Polychemie Asia Pacific Permai. *Jurnal Logistik Bisnis*, 09(2), 68–75.

Ulansari, L. P. E., & Yudiantara, I. G. A. P. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Persepsi Kepercayaan , dan Norma Subjektif terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (E-Payment). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(2), 312–321.

Utami, P., Suryanto, T., Nasor, M., & Ghofur, R. A. (2020). The Effect Digitalization Zakat Payment Against Potential of Zakat Acceptance in National Amil Zakat Agency. *Iqtishadia*, 13(2), 216. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v13i2.7809>

Veronica, N. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 516. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18259>

Wijaya, E., & Susilawati, R. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan (Trust) pada Adopsi Layanan Fintech (Studi Kasus pada Layanan Pembayaran Digital Gopay). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 2(1), 202–209. <https://doi.org/10.35313/ialj.v2i1.3355>

Witono, T., & Hendrayana, F. (2011). *Pembuatan Aplikasi Web Jual Beli dan Lelang Online Pendahuluan Tinjauan Pustaka*. 6(65), 101–111.

Yuliani. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101.

Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis

Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

No	Bulan Kegiatan	Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal	X	X	X	X																				
2	Konsultasi		X	X	X																				
3	Revisi Proposal		X	X	X																				
4	Pendaftaran Ujian Proposal					X																			
5	Ujian Seminar Proposal						X																		
6	Pengumpulan Data											X	X	X	X	X									
7	Analisis Data																	X	X	X	X	X			
8	Penulisan Akhir Naskah Skripsi																				X	X	X	X	
9	Pendaftaran Ujian Munaqasah																								
10	Ujian Munaqasah																								
11	Revisi Skripsi																								

Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN**Data Responden**

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuisisioner ini, mohon Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi data berikut terlebih dahulu (**jawaban yang diberikan akan dirahasiakan**)

Saudara/i dimohon untuk mengisi identitas berikut ini:

1. Nama :
2. Tempat tinggal :
3. Umur :
4. Pekerjaan :
5. Penghasilan perbulan :

Petunjuk Pengisian

Kuisisioner ini terdiri dari berbagai pernyataan yang mungkin sesuai dengan pengalaman Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menghadapi situasi sehari-hari. Terdapat lima pilihan jawaban yang disediakan untuk setiap pernyataan, yaitu:

- a. Sangat Setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Netral (N)
- d. Tidak Setuju (TS)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS)

Selanjutnya diminta untuk menjawab dengan memberi tanda centang yang sesuai dengan pengalaman Bapak/Ibu/Saudara/i. Tidak ada jawaban benar ataupun salah, karena itu isilah dengan sesungguhnya.

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Persepsi Kemudahan						
1	Membayar ziswaf melalui shopee mudah saya pelajari					
2	Membayar ziswaf melalui shopee mudah saya dapatkan					
3	Membayar ziswaf melalui shopee mudah saya operasikan					
Persepsi Manfaat						
1	Membayar ziswaf melalui shopee dapat memberikan efisiensi saat saya dalam melakukan transaksi					
2	Membayar ziswaf melalui shopee bisa memberikan keuntungan saat saya selesai dalam bertransaksi					
3	Membayar ziswaf melalui shopee dapat mempercepat pekerjaan saat bertransaksi					
4	Shopee bisa memberikan saya rasa aman saat melakukan transaksi membayar ziswaf melalui fitur shopee barokah					
Persepsi Risiko						
1	Adanya ketidakpastian saat membayar ziswaf melalui shopee					
2	Membayar ziswaf melalui shopee dapat memunculkan berbagai risiko					
3	Membayar ziswaf melalui shopee berpotensi dan membantu mengatasi berbagai masalah ekonomi					
Minat						
1	Lebih ingin menggunakan shopee untuk membayar ziswaf daripada aplikasi lainnya					
2	Selalu menggunakan shopee untuk membayar ziswaf karena lebih mudah dan efisien					
3	Selalu berlanjut membayar ziswaf melalui shopee di masa yang akan datang					

Lampiran 3 Data Deskriptif Responden

Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Domisili Kecamatan
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Mojogedang
Laki-laki	13-19	Sekolah	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karanganyar
Laki-laki	20-28	Sekolah	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Mojogedang
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Matesih
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Kerjo
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Kerjo
Laki-laki	20-28	Sekolah	Kecamatan Tasikmadu
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karanganyar
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karanganyar
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Karanganyar
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Tasikmadu
Perempuan	13-19	Sekolah	Kecamatan Tasikmadu
Perempuan	13-19	Sekolah	Kecamatan Tasikmadu
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Jumapolo
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Matesih
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Jaten
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Mojogedang
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Jumantono
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Jumantono
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Karanganyar
Perempuan	13-19	Pegawai Swasta	Kecamatan Jumantono
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Karanganyar
Perempuan	13-19	Sekolah	Kecamatan Mojogedang
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Karanganyar
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Colomadu
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Kebakkramat
Laki-laki	13-19	Sekolah	Kecamatan Tawangmagu
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	13-19	Sekolah	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Tawangmagu

Perempuan	13-19	Sekolah	Kecamatan Karanganyar
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Tasikmadu
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Kerjo
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Mojogedang
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Ngargoyoso
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Colomadu
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jaten
Laki-laki	13-19	Sekolah	Kecamatan Karanganyar
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Karangpandan
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Jaten
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Colomadu
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Matesih
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jaten
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karanganyar
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jaten
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Tasikmadu
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Jatipuro
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jaten
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Karanganyar
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Mojogedang
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	13-19	Sekolah	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Ngargoyoso
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Laki-laki	13-19	Sekolah	Kecamatan Karangpandan

Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Ngargoyoso
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Tasikmadu
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Karanganyar
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karanganyar
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Jatipuro
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Karangpandan
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Laki-laki	20-28	Sekolah	Kecamatan Karanganyar
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jaten
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karanganyar
Perempuan	13-19	Wiraswasta	Kecamatan Jumapolo
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Kebakkramat
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Mojogedang
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Jatipuro
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jatipuro
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karangpandan
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Matesih

Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jaten
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jaten
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Matesih
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Jatiyoso
Laki-laki	13-19	Sekolah	Kecamatan Mojogedang
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Tasikmadu
Perempuan	20-28	Sekolah	Kecamatan Karanganyar
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Tawangmagu
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karanganyar
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Ngargoyoso
Perempuan	13-19	Pegawai Swasta	Kecamatan Tasikmadu
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Mojogedang
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jumantono
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Jatiyoso
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jumapolo
Perempuan	13-19	Sekolah	Kecamatan Jatipuro
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jenawi
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jenawi
Laki-laki	20-28	Sekolah	Kecamatan Ngargoyoso
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Jumapolo
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Tawangmagu
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Ngargoyoso
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Jatipuro
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Jatiyoso
Laki-laki	20-28	Sekolah	Kecamatan Kerjo
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Kerjo
Laki-laki	13-19	Sekolah	Kecamatan Kerjo
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Jumapolo
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Jumantono
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jumantono
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Colomadu
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Colomadu
Perempuan	13-19	Sekolah	Kecamatan Jumapolo
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Gondangrejo
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Gondangrejo
Perempuan	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Kebakkramat
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Kebakkramat
Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jaten
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Colomadu

Laki-laki	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Kerjo
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Mojogedang
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karanganyar
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karanganyar
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karanganyar
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Karanganyar
Laki-laki	13-19	Sekolah	Kecamatan Karanganyar
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Jumantono
Perempuan	20-28	Pegawai Swasta	Kecamatan Karanganyar
Laki-laki	20-28	Wiraswasta	Kecamatan Tawangmangu

Lampiran 4 Tabulasi Data Kuisisioner

1. Data Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

Variabel	X1.1	X1.2	X1.3
1	5	5	4
2	2	2	3
3	4	3	4
4	5	5	5
5	3	4	4
6	5	5	5
7	2	2	2
8	5	5	4
9	5	5	4
10	4	3	4
11	3	4	3
12	4	4	4
13	3	4	3
14	3	3	2
15	1	2	2
16	4	3	4
17	4	5	4
18	4	4	4
19	4	4	4
20	4	3	3
21	3	4	4
22	4	4	4
23	3	3	3
24	3	3	3
25	3	4	4
26	1	1	2
27	4	4	4
28	3	3	4
29	5	4	5
30	2	3	3
31	2	2	2
32	4	3	3
33	3	4	4
34	4	4	5
35	4	4	4

36	2	3	2
37	3	4	3
38	4	3	4
39	3	3	3
40	4	3	3
41	4	4	4
42	4	4	4
43	3	4	3
44	4	4	3
45	5	5	4
46	3	4	4
47	4	3	3
48	2	3	2
49	3	3	3
50	4	3	4
51	4	4	3
52	2	3	2
53	4	5	4
54	4	3	4
55	3	4	3
56	5	5	5
57	4	4	5
58	5	5	4
59	3	4	3
60	4	4	4
61	3	3	2
62	4	3	4
63	4	3	3
64	3	4	4
65	3	2	2
66	4	4	4
67	3	3	3
68	4	4	4
69	4	4	4
70	3	4	3
71	4	4	4
72	3	3	3
73	2	2	2
74	1	2	1
75	5	5	5
76	4	4	4

77	4	3	3
78	2	3	3
79	3	2	2
80	3	2	2
81	3	3	4
82	5	4	4
83	4	4	4
84	4	4	4
85	3	4	3
86	4	4	3
87	4	4	4
88	3	3	3
89	4	3	4
90	3	4	3
91	3	3	3
92	4	4	4
93	2	2	3
94	3	3	3
95	4	3	3
96	4	3	3
97	4	3	4
98	2	3	2
99	4	3	3
100	4	4	3
101	4	4	4
102	4	3	3
103	3	2	2
104	3	2	3
105	2	3	3
106	3	4	3
107	3	4	4
108	3	3	4
109	3	3	3
110	3	3	3
111	3	2	2
112	3	3	3
113	3	2	2
114	4	3	3
115	5	4	4
116	5	4	5
117	4	3	3

118	4	3	3
119	4	3	3
120	4	3	3
121	4	4	3
122	3	4	4
123	3	4	4
124	5	5	5
125	5	5	5
126	4	3	3
127	1	2	2
128	2	2	2
129	3	3	3
130	4	3	3
131	5	4	4
132	4	3	3
133	4	3	3
134	4	3	3
135	4	3	4
136	4	3	3
137	3	2	2
138	3	3	3
139	4	4	4
140	4	3	3
141	4	3	3
142	4	3	3
143	4	3	3
144	4	3	4
145	4	4	4
146	4	3	3
147	4	3	3
148	4	3	3
149	4	3	3
150	4	4	3
151	4	3	3
152	4	3	4
153	4	4	4
154	3	3	3
155	1	1	2
156	2	2	2
157	3	3	3
158	3	3	3

159	4	5	5
160	4	3	3
161	3	3	3
162	4	4	4

2. Data Variabel Persepsi Manfaat (X2)

Variabel	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	5	4	5	5
2	3	3	2	3
3	4	3	4	3
4	5	4	4	4
5	4	4	3	4
6	4	5	4	5
7	2	2	1	2
8	4	5	5	4
9	4	5	4	5
10	3	3	3	3
11	3	3	3	3
12	4	4	4	3
13	3	3	3	3
14	3	3	3	2
15	1	1	2	2
16	3	4	3	4
17	5	4	5	4
18	4	4	4	4
19	3	4	3	4
20	4	3	3	4
21	4	3	4	4
22	4	3	3	3
23	3	3	3	3
24	4	4	4	3
25	4	3	3	4
26	2	2	2	2
27	3	3	3	4
28	4	3	4	3
29	4	4	4	4
30	3	3	2	3
31	2	2	2	2
32	3	4	3	4
33	4	3	3	3
34	5	4	5	5

35	3	4	3	3
36	3	3	2	3
37	4	4	3	4
38	3	3	3	3
39	4	3	3	3
40	3	4	4	3
41	4	4	4	3
42	4	3	3	4
43	3	4	4	4
44	3	4	4	3
45	5	5	4	5
46	4	3	4	3
47	3	4	3	3
48	2	3	3	2
49	4	4	4	4
50	3	3	4	3
51	4	4	3	4
52	2	3	2	3
53	5	5	4	5
54	4	3	3	3
55	3	3	3	3
56	4	5	5	4
57	5	4	5	5
58	5	5	4	5
59	3	4	3	4
60	4	4	4	4
61	3	3	2	3
62	4	4	4	4
63	3	3	3	3
64	4	4	3	4
65	2	2	2	2
66	4	4	4	4
67	2	2	3	2
68	3	4	4	3
69	4	4	4	4
70	4	4	4	4
71	4	4	4	4
72	3	4	4	3
73	3	3	3	2
74	2	1	2	2
75	5	5	5	5

76	4	4	4	4
77	3	4	3	4
78	3	3	3	3
79	2	2	3	3
80	2	3	2	2
81	4	4	3	4
82	5	5	4	5
83	4	4	4	4
84	4	4	3	4
85	3	3	3	4
86	4	3	4	3
87	4	4	4	4
88	3	3	3	4
89	4	3	4	4
90	3	3	4	4
91	3	3	3	3
92	4	4	4	4
93	3	2	3	4
94	3	3	3	3
95	4	3	3	4
96	4	4	3	3
97	3	3	3	3
98	3	3	3	3
99	3	3	4	4
100	4	3	3	3
101	4	4	4	3
102	3	3	4	3
103	2	2	3	3
104	2	3	2	3
105	3	3	3	3
106	3	4	3	4
107	4	4	3	3
108	3	4	4	3
109	3	3	3	4
110	4	4	4	3
111	2	2	2	2
112	2	3	2	2
113	2	2	3	3
114	3	3	4	4
115	4	4	5	5
116	5	5	5	5

117	3	3	3	4
118	3	4	4	3
119	3	3	3	3
120	3	3	4	4
121	4	3	4	3
122	3	3	3	3
123	3	4	3	4
124	4	5	5	4
125	5	5	4	4
126	4	4	3	3
127	2	2	1	1
128	3	2	3	2
129	3	3	3	2
130	4	4	4	4
131	4	4	4	4
132	4	3	3	3
133	3	3	4	4
134	3	3	3	3
135	4	4	4	3
136	3	3	3	3
137	3	2	3	2
138	3	2	3	2
139	4	4	4	4
140	4	4	3	3
141	3	3	4	4
142	3	4	4	3
143	3	3	4	3
144	3	3	3	4
145	4	4	4	4
146	3	4	4	4
147	3	3	3	4
148	3	3	4	4
149	3	3	3	3
150	4	3	3	4
151	3	3	3	3
152	3	4	3	3
153	4	4	4	4
154	3	3	3	3
155	1	2	1	2
156	2	2	2	2
157	2	2	3	3

158	3	3	3	3
159	5	4	4	5
160	3	3	4	3
161	3	3	3	3
162	4	4	4	3

3. Data Variabel Persepsi Risiko (X3)

Variabel	X3.1	X3.2	X3.3
1	4	4	4
2	3	3	3
3	4	4	3
4	5	5	4
5	3	4	4
6	4	5	5
7	1	2	2
8	5	4	5
9	4	4	5
10	3	3	3
11	4	3	3
12	3	3	4
13	3	4	3
14	2	2	3
15	1	2	1
16	3	3	4
17	5	5	5
18	3	3	3
19	3	3	4
20	3	3	4
21	4	3	3
22	4	4	3
23	4	3	4
24	3	3	3
25	3	3	4
26	2	2	2
27	3	3	3
28	3	3	3
29	5	5	4
30	2	3	3
31	3	3	2
32	4	4	3

33	3	3	3
34	4	4	4
35	4	4	3
36	3	3	3
37	3	3	3
38	4	4	3
39	4	3	3
40	3	4	3
41	3	3	3
42	3	3	3
43	4	3	3
44	3	4	4
45	4	5	4
46	4	3	4
47	4	4	4
48	3	3	2
49	3	4	4
50	3	4	3
51	3	3	4
52	3	2	3
53	4	4	5
54	4	4	4
55	3	4	3
56	4	4	5
57	4	4	5
58	4	4	5
59	3	3	4
60	3	4	3
61	3	3	2
62	3	3	4
63	3	4	3
64	3	4	3
65	2	2	2
66	3	3	3
67	2	2	3
68	3	3	4
69	3	4	3
70	3	3	4
71	3	3	4
72	3	3	4
73	3	2	2

74	1	2	1
75	4	4	4
76	3	3	3
77	3	3	4
78	3	2	3
79	3	3	3
80	3	2	3
81	4	4	3
82	5	5	5
83	4	4	4
84	3	3	4
85	3	3	3
86	3	3	3
87	3	3	4
88	3	4	3
89	3	3	3
90	3	3	3
91	4	4	4
92	3	3	3
93	2	3	3
94	2	3	3
95	4	3	3
96	3	3	3
97	4	4	3
98	2	2	3
99	4	3	4
100	4	3	4
101	3	3	3
102	4	3	4
103	2	3	2
104	2	3	3
105	3	2	2
106	3	4	4
107	3	4	3
108	3	4	3
109	4	3	4
110	3	3	3
111	3	3	3
112	3	3	3
113	3	3	3
114	3	3	3

115	4	4	5
116	5	4	4
117	4	4	4
118	4	3	3
119	4	3	4
120	3	3	3
121	3	3	3
122	3	3	3
123	3	4	3
124	4	5	5
125	4	5	4
126	3	3	3
127	2	1	2
128	2	3	3
129	3	2	3
130	4	3	3
131	4	3	3
132	3	3	4
133	4	4	4
134	3	3	4
135	3	4	3
136	3	3	4
137	2	3	3
138	3	2	2
139	4	4	4
140	4	4	4
141	4	3	4
142	3	3	3
143	4	4	4
144	4	4	4
145	4	4	4
146	3	4	3
147	3	4	4
148	4	3	3
149	3	4	4
150	4	3	3
151	4	4	3
152	4	4	4
153	4	3	3
154	3	3	3
155	1	2	1

156	2	3	3
157	3	3	3
158	2	2	2
159	5	5	4
160	4	4	4
161	3	3	3
162	3	3	4

4. Data Variabel Minat (Y)

Variabel	Y.1	Y.2	Y.3
1	4	5	5
2	2	2	2
3	4	4	4
4	4	5	4
5	3	3	3
6	4	5	5
7	1	2	2
8	4	5	4
9	5	5	4
10	4	3	4
11	4	3	3
12	3	4	3
13	3	4	3
14	3	3	3
15	2	2	2
16	3	3	3
17	4	5	4
18	3	3	3
19	3	4	4
20	4	3	4
21	3	3	3
22	4	3	3
23	4	4	4
24	3	4	3
25	3	3	4
26	2	1	2
27	3	3	3
28	3	3	3
29	4	4	5
30	3	3	3
31	2	2	2

32	3	4	3
33	2	2	2
34	5	5	5
35	3	3	3
36	3	2	2
37	3	3	3
38	3	3	3
39	3	4	4
40	4	3	3
41	3	4	3
42	3	4	4
43	4	4	4
44	4	3	3
45	5	4	5
46	3	3	3
47	3	4	3
48	3	2	3
49	3	4	3
50	4	3	3
51	3	3	3
52	3	2	3
53	4	5	5
54	3	4	3
55	4	4	4
56	4	5	4
57	5	5	5
58	4	4	4
59	3	4	3
60	3	4	3
61	3	2	3
62	3	4	4
63	4	3	4
64	3	3	3
65	3	3	3
66	3	4	4
67	2	2	3
68	4	3	4
69	3	4	3
70	4	4	4
71	4	3	3
72	3	4	3

73	2	2	3
74	1	1	1
75	4	4	4
76	4	3	3
77	4	4	3
78	2	2	3
79	3	3	2
80	2	2	3
81	3	4	4
82	5	5	5
83	3	3	3
84	3	3	3
85	4	3	3
86	3	3	3
87	4	4	4
88	4	3	4
89	4	3	4
90	3	3	3
91	4	4	3
92	4	3	3
93	3	3	2
94	3	3	3
95	3	3	3
96	4	4	3
97	3	4	4
98	3	2	3
99	4	4	4
100	4	3	3
101	4	3	4
102	3	3	3
103	3	3	2
104	3	3	3
105	3	3	3
106	4	4	4
107	4	3	3
108	4	4	4
109	4	3	3
110	3	3	3
111	3	2	3
112	3	3	3
113	2	3	3

114	3	3	3
115	4	5	4
116	4	4	4
117	4	4	4
118	3	3	3
119	3	3	3
120	3	3	3
121	3	4	3
122	3	3	3
123	4	3	3
124	5	5	4
125	5	5	5
126	3	3	3
127	1	2	2
128	3	3	3
129	2	3	2
130	3	3	3
131	3	3	4
132	4	3	4
133	4	4	4
134	4	4	4
135	4	4	4
136	4	4	4
137	2	2	2
138	3	3	3
139	4	4	4
140	3	3	3
141	3	4	4
142	3	3	3
143	4	3	4
144	3	4	3
145	4	4	4
146	3	3	3
147	4	3	3
148	3	3	3
149	4	4	4
150	3	3	3
151	3	4	3
152	4	4	4
153	3	3	3
154	3	3	3

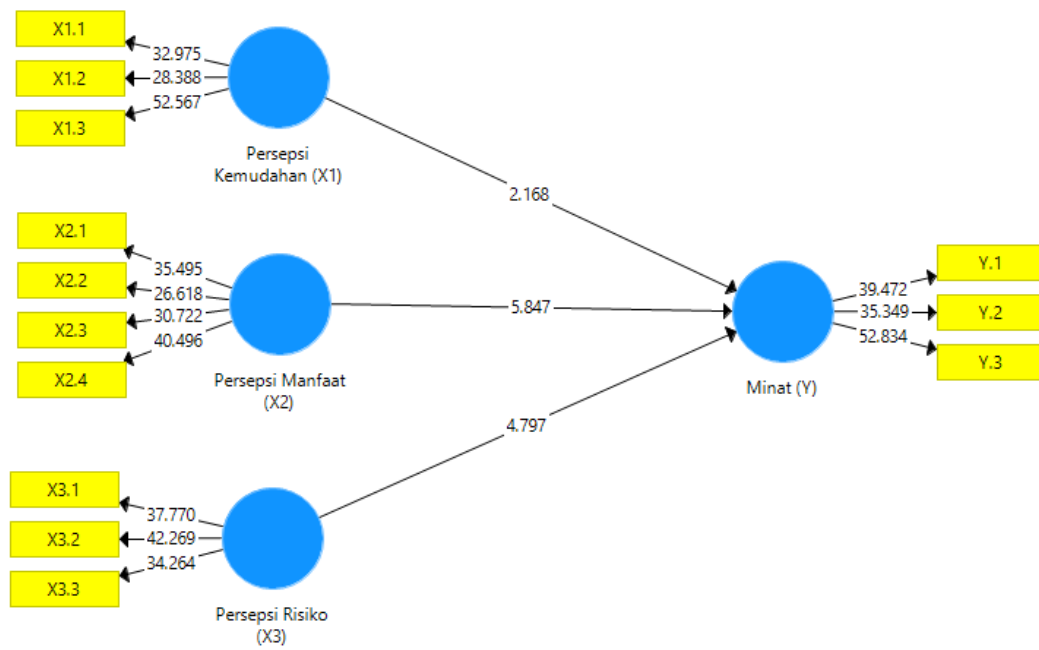
155	1	1	1
156	3	3	3
157	2	2	2
158	3	2	3
159	4	5	5
160	3	4	3
161	3	3	3
162	4	3	4

Lampiran 5

Analisis Statistik Deskriptif

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
X1.1	0,000	-0,026	-0,927	0,865	0,564
X1.2	0,000	-0,047	-0,974	0,880	0,607
X1.3	0,000	0,044	-0,845	0,984	0,480
X2.1	0,000	0,003	-0,977	1,004	0,541
X2.2	0,000	0,044	-1,384	0,978	0,585
X2.3	0,000	0,070	-0,884	1,039	0,574
X2.4	0,000	0,047	-1,040	1,206	0,511
X3.1	0,000	-0,033	-0,951	0,882	0,526
X3.2	0,000	0,007	-0,886	0,899	0,550
X3.3	0,000	0,025	-0,859	0,907	0,553
Y.1	0,000	0,037	-0,874	0,911	0,491
Y.2	0,000	-0,076	-1,047	1,712	0,582
Y.3	0,000	0,038	-0,889	0,926	0,455

Lampiran 6

Outer model (Model Pengukuran)

Pengujian Instrumen Penelitian *Outer Model*

Lampiran 7

Uji Validitas Convergen

	Minat (Y)	Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi Manfaat (X2)	Persepsi Risiko (X3)
X1.1		0,826		
X1.2		0,795		
X1.3		0,877		
X2.1			0,841	
X2.2			0,811	
X2.3			0,819	
X2.4			0,860	
X3.1				0,851
X3.2				0,835
X3.3				0,833
Y.1	0,871			
Y.2	0,813			
Y.3	0,890			

Lampiran 8

Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Minat (Y)	0,821	0,822	0,894	0,738
Persepsi Kemudahan (X1)	0,779	0,782	0,872	0,695
Persepsi Manfaat (X2)	0,853	0,853	0,900	0,694
Persepsi Risiko (X3)	0,791	0,791	0,878	0,705

Lampiran 9

Uji Validitas Diskriminan

	Minat (Y)	Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi Manfaat (X2)	Persepsi Risiko (X3)
Minat (Y)	0,859			
Persepsi Kemudahan (X1)	0,798	0,833		
Persepsi Manfaat (X2)	0,822	0,850	0,833	
Persepsi Risiko (X3)	0,803	0,802	0,772	0,840

Lampiran 10

Uji reliabilitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Minat (Y)	0,821	0,822	0,894	0,738
Persepsi Kemudahan (X1)	0,779	0,782	0,872	0,695
Persepsi Manfaat (X2)	0,853	0,853	0,900	0,694
Persepsi Risiko (X3)	0,791	0,791	0,878	0,705

Pengujian Instrumen Penelitian *Inner Model*

Lampiran 11

Uji *R Square*

	R Square	R Square Adjusted
Minat (Y)	0,752	0,748

Lampiran 12

Uji *F Square*

	Minat (Y)	Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi Manfaat (X2)	Persepsi Risiko (X3)
Minat (Y)				
Persepsi Kemudahan (X1)	0,027			
Persepsi Manfaat (X2)	0,165			
Persepsi Risiko (X3)	0,166			

Lampiran 13

Uji Hipotesis dengan *Path Coefficient*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Persepsi Kemudahan (X1) -> Minat (Y)	0,173	0,169	0,080	2,168	0,032
Persepsi Manfaat (X2) -> Minat (Y)	0,401	0,408	0,069	5,847	0,000
Persepsi Risiko (X3) -> Minat (Y)	0,354	0,348	0,074	4,797	0,000

Lampiran 14

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : Asmi Rofi'ah

Tempat, tanggal lahir : Karanganyar, 05 Oktober 1999

Jenis Kelamin : Perempuan

Nomor HP : 0812-2883-4655

Email : asmirofiah@gmail.com

Nama Ayah : Waluyo

Nama Ibu : Karmi

B. Pendidikan

2006 – 2012 : SDN 01 Matesih

2012 – 2015 : SMPN 1 Karangpandan

2015 – 2018 : SMK N 2 Karanganyar

2019 – 2023 : UIN Raden Mas Said Surakarta

Lmpiran 10

Hasil Uji Turnitin

Skripsi_Asmi Rofi'ah			
ORIGINALITY REPORT			
24%	25%	14%	10%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source		11%
2	repository.stei.ac.id Internet Source		1%
3	ejournal.unib.ac.id Internet Source		1%
4	www.researchgate.net Internet Source		1%
5	jurnal.syntaxliterate.co.id Internet Source		1%
6	id.123dok.com Internet Source		1%
7	repo.undiksha.ac.id Internet Source		1%
8	Novena Hasiani Tampubolon, Nuning Setyowati, Raden Kunto Adi. "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat UMKM Kuliner dalam Pemanfaatan Layanan Go-Food di Surakarta", Jurnal Social Economic of Agriculture, 2021 Publication		1%

9	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
10	ijisrt.com Internet Source	<1%
11	linter.untar.ac.id Internet Source	<1%
12	help.shopee.co.id Internet Source	<1%
13	jurnal.ulb.ac.id Internet Source	<1%
14	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1%
15	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%
16	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1%
17	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1%
18	repository.ub.ac.id Internet Source	<1%
19	jurnal.unissula.ac.id Internet Source	<1%
20	Submitted to Universitas Trilogi Student Paper	<1%

21	archives.palarch.nl Internet Source	<1 %
22	ejournal.stiepancasetia.ac.id Internet Source	<1 %
23	ejournal.umpwr.ac.id Internet Source	<1 %
24	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
25	repositori.uma.ac.id Internet Source	<1 %
26	amcapress.amca2012.org Internet Source	<1 %
27	123dok.com Internet Source	<1 %
28	investasi.unwir.ac.id Internet Source	<1 %
29	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
30	www.ejournal.unigamalang.ac.id Internet Source	<1 %
31	Submitted to Ciputra University Student Paper	<1 %
32	Sopian Rejeki, Sulhan Hadi. "PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI	<1 %

KONSUMEN (Studi Kasus di Kedai Giyong
Kekalik Mataram)", JOURNAL of APPLIED
BUSINESS and BANKING (JABB), 2020

Publication

Exclude quotes

Exclude matches + 20 words

Exclude bibliography



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pandawa Pucangan Kartasura-Sukoharjo Telp. (0271) 782336 Fax (0271) 782336 Website: uisu-surakarta.ac.id
 Email: info@uisu-surakarta.ac.id

SURAT KETERANGAN TURNITIN

Setelah melakukan tes uji *similarity*, menerangkan bawah mahasiswa di bawah ini :

Nama : Asmi Rofi'ah
 NIM : 195231263
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membayar Ziswaf Melalui Shopee Pada Generasi Z Kabupaten Karanganyar
 Paper ID : 2129524144
 Date : 11-07-2023
 Hasil menunjukkan SIMILARITY INDEX : 24 %



LAMPIRAN

Referensi	24%	25%	14%	10%
1. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta	11%			
2. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta	1%			
3. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta	1%			
4. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta	1%			
5. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta	1%			
6. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta	1%			
7. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta	1%			
8. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta	1%			
9. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta	1%			
10. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta	1%			

/