

JUDUL SKRIPSI

Niat Konsumen Non-Muslim Dalam Menggunakan Dompot Digital Syariah:

Studi Pada LinkAja Syariah



Ditulis Oleh:

Nama : Intan Nurmalasari

Nomor Mahasiswa : 18311498

Program Studi : Manajemen

Bidang Peminatan : Pemasaran

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

Niat Konsumen Non-Muslim Dalam Menggunakan Dompot Digital Syariah:

Studi Pada LinkAja Syariah

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,

Universitas Islam Indonesia



Ditulis Oleh:

Nama : Intan Nurmalasari

Nomor Mahasiswa : 18311498

Program Studi : Manajemen

Bidang Peminatan : Pemasaran

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya buat tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain guna memperoleh gelar sarjana pada suatu perguruan tinggi, dan berdasar pengetahuan saya, dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis maupun diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu pada naskah ini disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar, saya siap menerima hukuman atau sanksi yang sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 4 Januari 2022

Penulis,



Intan Nurmalasari

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Niat Konsumen Non-Muslim Dalam Menggunakan Dompot Digital Syariah:

Studi Pada LinkAja Syariah

Nama : Intan Nurmalasari

Nomor Mahasiswa : 18311498

Program Studi : Manajemen

Bidang Peminatan : Pemasaran

Dosen pembimbing,



Hendy Mustiko Aji SE., M.Sc.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, rizki, dan karunia-Nya. Berkat Rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Niat Konsumen Non-Muslim Dalam Menggunakan Dompot Digital Syariah: Studi Pada LinkAja Syariah”. Tugas akhir tersebut disusun guna untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Program Studi Manajemen di Universitas Islam Indonesia.

Penulisan tugas akhir ini dapat berjalan dengan baik berkat doa, bantuan materil maupun moril dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Arif Hartono, Drs., MHRM., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Hendy Mustiko Aji S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, mencurahkan ilmu, memberikan arahan, meluangkan waktu, serta memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.

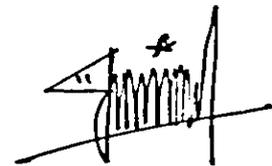
4. Segenap dosen dan karyawan di lingkungan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Keluarga tercinta, Mama Ari Nurmawati, Papa Saryanto, dan adikku Nilasari Setyaningrum yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral maupun material.
6. Bagusta Digdaya Putra yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan waktu.
7. Sahabatku Dwi Patgawati yang senantiasa memberikan doa, serta sabar menerima segala keluh kesah penulis.
8. Teman-teman Bimbingan Skripsi Pak Hendy, khususnya Upon, Ridha, Alissa, serta teman lainnya. Terima kasih telah berproses bersama, semoga setiap langkah kita diberkahi oleh Allah SWT, semoga dapat menggapai cita-cita masing-masing.
9. Teman-teman yang sering sekelas, Alvan, Wening, Manda, Mumtaz, Jihan, Berli, Nahda, Fida yang mungkin sering saya ajak sharing, terima kasih atas waktunya.
10. Seluruh teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang juga turut memberikan dukungan kepada penulis.
11. Terima kasih kepada seluruh responden penelitian ini atas kesediaannya dalam mengisi kuesioner serta seluruh pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah membalas segala kebaikan kalian.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk kemajuan penulis.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 4 Januari 2022

Penulis,



Intan Nurmalasari

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka berusaha mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(Q.S Ar-Ra'd)

الجامعة الإسلامية
الاستدراك الاندو

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen non-Muslim untuk menggunakan dompet digital LinkAja Syariah. Sampel responden dalam penelitian ini dipilih menggunakan *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Jumlah responden yang valid adalah 124. Data dianalisis menggunakan metode PLS-SEM. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah norma subjektif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan, dan niat untuk menggunakan. Adapun hasil dari penelitian ini ialah Norma Subjektif memengaruhi secara positif terhadap Niat konsumen non-Muslim untuk menggunakan LinkAja Syariah, Norma Subjektif memengaruhi secara positif Persepsi Kegunaan LinkAja Syariah, Norma Subjektif memengaruhi secara positif Persepsi Kemudahan Menggunakan LinkAja Syariah, Persepsi Kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Menggunakan LinkAja Syariah, Persepsi Kemudahan Menggunakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Menggunakan LinkAja Syariah, dan variabel Persepsi Kemudahan Menggunakan dinyatakan memengaruhi positif Persepsi Kegunaan LinkAja Syariah. Hasil dari penelitian skripsi ini dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan pihak LinkAja Syariah untuk dapat meningkatkan kegunaan dan kemudahan menggunakan LinkAja Syariah sehingga dapat menarik niat konsumen non-Muslim untuk menggunakan LinkAja Syariah.

Kata Kunci: norma subjektif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan, niat untuk menggunakan

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence the intention of non-Moslem consumers to use LinkAja Syariah digital wallet. The sample of respondents in the study was selected using purposive sampling and snowball sampling. The number of valid respondents is 124. Data analyzed using the PLS-SEM method. The variables used in the study are subjective norms, perceived usefulness, perceived ease of use, and intentions to use. The result of this study is that Subjective Norms has a positive effect the Intention of non-Moslem consumers to use LinkAja Syariah, Subjective Norms has a positive effect the Perceived Usefulness of LinkAja Syariah, Subjective Norms has a positive effect the Perceived of Ease of Using LinkAja Syariah, The Perceived Usefulness does not significantly affect the Intention to Use LinkAja Syariah, Perceived of Ease of Use does not significantly affect the Intention to Use LinkAja Syariah, and the Perceived Ease of Use has a positive effect the Perceived Usefulness of LinkAja Syariah. The results of this study can be used as input and consideration materials by LinkAja Syariah to be able to improve the usefulness and ease of using LinkAja Syariah so that it can attract the intention of non-Moslem consumers to use LinkAja Syariah.

Keywords: subjective norm, perceived usefulness, perceived ease of use, intention to use

DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 PENEJELASAN MODEL PENELITIAN	10
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	11

2.3	DEFINISI VARIABEL	25
2.3.1	Norma Subjektif.....	25
2.3.2	Persepsi Kegunaan.....	25
2.3.3	Persepsi Kemudahan Menggunakan.....	26
2.3.4	Niat untuk Menggunakan.....	27
2.4	PENGEMBANGAN HIPOTESIS	27
2.4.1	Norma Subjektif dan Persepsi Kegunaan.....	27
2.4.2	Norma Subjektif dan Persepsi Kemudahan Menggunakan.....	29
2.4.3	Norma Subjektif dan Niat.....	30
2.4.4	Persepsi Kemudahan Menggunakan dan Persepsi Kegunaan.....	31
2.4.5	Persepsi Kemudahan Menggunakan dan Niat.....	32
2.4.6	Persepsi Kegunaan dan Niat.....	32
2.4	MODEL PENELITIAN	33
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	DESAIN PENELITIAN	35
3.2	POPULASI DAN SAMPEL	35
3.3	DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL	37
3.3.1	Norma Subjektif Terhadap LinkAja Syariah.....	37
3.3.2	Persepsi Kegunaan Terhadap LinkAja Syariah.....	38
3.3.3	Persepsi Kemudahan Menggunakan Terhadap LinkAja Syariah.....	39

3.3.4 Niat Menggunakan Terhadap LinkAja Syariah	40
3.4 METODE PENGUJIAN	41
3.4.1 Kesesuaian Model Luar (Outer Model)	41
3.4.2 Estimasi Model Struktural (Inner Model)	43
3.5 PILOT TEST	44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	48
4.1. HASIL	48
4.1.1 Deskriptif Responden	48
4.1.2 Deskriptif Variabel	51
4.1.3 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	56
4.1.4 Pengujian Model Struktural (Inner Model)	60
4.2 PEMBAHASAN	65
4.2.1 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Menggunakan LinkAja Syariah.....	65
4.2.2 Pengaruh Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Persepsi Kegunaan LinkAja Syariah.....	67
4.2.3 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Persepsi Kemudahan Menggunakan LinkAja Syariah.....	68
4.2.4 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Menggunakan LinkAja Syariah.....	68

4.2.5. Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan Terhadap Niat Menggunakan LinkAja Syariah.....	70
4.2.6. Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan Terhadap Persepsi Kegunaan LinkAja Syariah	71
BAB V KESIMPULAN.....	72
5.1 KESIMPULAN.....	72
5.2 MANFAAT DAN IMPLIKASI PENELITIAN	73
5.3 KETERBATASAN PENELITIAN	73
5.4 SARAN UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Pemetaan Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1. Item Pengukuran Norma Subjektif Terhadap LinkAja Syariah.....	37
Tabel 3. 2. Item Pengukuran Persepsi Kegunaan Terhadap LinkAja Syariah	38
Tabel 3. 3. Item Pengukuran Persepsi Kemudahan Menggunakan Terhadap LinkAja Syariah.....	39
Tabel 3. 4. Item Pengukuran Niat Menggunakan Terhadap LinkAja Syariah	40
Tabel 3. 5. Uji KMO dan Bartlett's.....	44
Tabel 3. 6. Rotated Component Matrix.....	45
Tabel 3. 7. Hasil Uji Validitas Diskriminan	46
Tabel 4. 1. Profil Responden	49
Tabel 4. 2. Skala Deskriptif Variabel.....	51
Tabel 4. 3. Deskriptif Variabel Norma Subjektif Terhadap LinkAja Syariah	52
Tabel 4. 4. Deskriptif Persepsi Kegunaan Terhadap LinkAja Syariah	54
Tabel 4. 5. Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Menggunakan Terhadap LinkAja Syariah.....	55
Tabel 4. 6. Deskriptif Variabel Niat Menggunakan Terhadap LinkAja Syariah...	56
Tabel 4. 7. Tabel Outer Loading	57
Tabel 4. 8. Average Variance Extracted	58
Tabel 4. 9. Hasil Validitas Diskriminan	59
Tabel 4. 10. Cronbach's Alpha dan Compositte Reliability	60
Tabel 4. 11. Uji Kolinearitas	62
Tabel 4. 12. Hasil R-Square	63

Tabel 4. 13. Hasil Q-Square 64

Tabel 4. 14. Koefisien Jalur..... 64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Model Penelitian..... 34

Gambar 4. 1. Hasil Pengujian Inner Model..... 61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	85
Lampiran 2	93
Lampiran 3	111



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

E-wallet atau dompet digital merupakan alat transaksi digital yang dapat menggantikan uang cash. Menurut Widiyanti (2020) *e-wallet* adalah aplikasi yang terhubung ke internet dan digunakan untuk menyimpan uang elektronik. Adapun menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 pasal 1 ayat 7 “Dompet Elektronik (*Electronic Wallet*) yang selanjutnya disebut Dompet Elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran” Bank Indonesia (2016).

Berdasarkan laporan Beritalima (2020) , tercatat, ada sekitar 38 aplikasi e-wallet yang sudah terdaftar di Bank Indonesia dan secara industri, sektor e-wallet didominasi oleh lokal. Berdasarkan survei yang dilakukan Ipsos (2020) , urutan persaingan dompet digital yaitu ShopeePay, OVO, GoPay, DANA dan LinkAja. Fintechnesia (2021), menyatakan jumlah pengguna dompet digital pada masa pandemi Covid-19 semakin meningkat di 2021.

Diantara semua dompet digital, pada masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), LinkAja mengalami peningkatan satu juta pengguna dengan volume transaksi yang meningkat dua kali lipat dari tahun 2020 (Fintechnesia, 2021). Penelitian ini fokus mengangkat LinkAja Syariah sebagai objek penelitian. Alasan penulis mengangkat LinkAja Syariah karena LinkAja Syariah merupakan dompet digital pertama yang berbasis Syariah. Selain itu,

penelitian dengan responden non-Muslim tentang layanan dompet digital Syariah juga masih minim.

LinkAja merupakan uang elektronik nasional kebanggaan Indonesia berbasis server yang merupakan produk andalan dari PT Fintek Karya Nusantara (Finarya). LinkAja adalah layanan uang elektronik untuk transaksi apa pun, beli pulsa/data, bayar merchant, bayar tagihan, kirim donasi, kirim uang hingga bayar asuransi dan mengajukan pinjaman (LinkAja, 2021). Berdasarkan Surat Izin Bank Indonesia Nomor 21/65/DKSP/Srt/B yang dikeluarkan pada tanggal 21 Februari 2019, Finarya secara resmi telah mendapat lisensi/izin dari Bank Indonesia sebagai Perusahaan Penerbit Uang Elektronik dan Penyelenggara Layanan Keuangan Digital Badan Hukum (LinkAja, 2020). Berdasarkan laporan LinkAja (2021), pembayaran merchant melalui LinkAja dapat dilakukan dengan cara scan QR dan QR token. Selain itu LinkAja dapat digunakan untuk membayar listrik, voucher games, kartuHalo, tagihan air, bayar internet, dan tagihan lainnya. Selain itu, LinkAja dapat digunakan untuk mengirim uang tanpa rekening bank. Akses untuk mengisi saldo LinkAja juga sangatlah mudah yakni melalui rekening Bank (ATM Himbara, Mobile Banking, atau Internet Banking), Alfamart, Alfamidi, Circle K, Dan+Dan, FamilyMart, GraPARI, Indomaret, Kantorpos, Mitra LinkAja (MiLA) dan Suzuya.

Pada tanggal 14 April 2020, LinkAja meluncurkan layanan LinkAja Syariah sebagai uang elektronik Syariah pertama di Indonesia yang memfasilitasi berbagai jenis pembayaran sesuai kaidah Syariah (LinkAja, 2020). Hal ini mendukung perwujudan Masterplan Ekonomi Syariah yang diusung oleh Komite Nasional

Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). LinkAja Syariah juga telah mendapatkan sertifikat DSN MUI setelah terbitnya Fatwa DSN MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah, serta izin pengembangan produk uang elektronik *server-based* dari Bank Indonesia Pada layanan LinkAja Syariah memberikan kemudahan transaksi produk halal di *e-commerce*, pembayaran dan penyaluran Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf (ZISWAF) serta dana sosial keagamaan lainnya (LinkAja, 2020).

Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel utama yang diteliti, yakni: norma subjektif, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan niat untuk menggunakan. Keempat variabel tersebut termasuk bagian dari teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Davis (1989) mengembangkan model penerimaan teknologi (TAM) sebagai model dalam menjelaskan fenomena dalam adopsi teknologi baru. Niat adopsi teknologi seseorang dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan kemudahan dari teknologi tersebut (Davis, 1989). TAM menjelaskan bahwa persepsi pelanggan tentang kegunaan terhadap teknologi baru terutama dipengaruhi oleh kemudahan penggunaannya (Aji et al., 2020).

Beberapa penelitian terdahulu telah menguji hubungan antara norma subjektif dan persepsi kegunaan. Seperti yang telah dilakukan oleh Aji et al (2020) mereka menguji dampak norma subjektif terhadap kegunaan yang dirasakan pada konteks *e-money*. Dalam penelitian tersebut, diketahui bahwa norma subjektif signifikan dalam mempengaruhi kegunaan yang dirasakan. Selain itu penelitian

yang dilakukan oleh Daragmeh et al (2021) dalam konteks *Mobile FinTech Payment* juga mendapati hasil yang sama.

Kemudian Aji et al (2020) juga telah meneliti hubungan antara norma subjektif dan persepsi kemudahan menggunakan. Dalam penelitian mereka, norma subjektif signifikan dalam mempengaruhi persepsi kemudahan menggunakan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Baki et al (2018), hubungan antara norma subjektif dan persepsi kemudahan menggunakan menunjukkan efek yang signifikan.

Hubungan antara norma subjektif dan niat untuk menggunakan dalam konteks *e-money* yang dilakukan oleh Aji et al (2020) didapati positif dan signifikan. Selain itu, penelitian dalam konteks *e-money* yang dilakukan oleh Ayudya dan Wibowo (2018) menemukan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan uang elektronik. Penelitian yang dilakukan oleh Jing et al (2019) dalam konteks perjalanan, hubungan antara norma subjektif dan niat berpengaruh signifikan.

Penelitian terdahulu juga telah meneliti hubungan antara persepsi kemudahan menggunakan dan persepsi kegunaan. Penelitian dilakukan oleh Aji et al (2019) dalam konteks *e-money* menunjukkan bahwa persepsi kemudahan menggunakan signifikan mempengaruhi persepsi kegunaan. Kemudian Aji et al (2020) meneliti kembali hubungan persepsi kemudahan menggunakan dan persepsi kegunaan. Hasilnya konsisten, yakni persepsi kemudahan menggunakan signifikan dalam mempengaruhi persepsi kegunaan. Penelitian tentang hubungan persepsi kemudahan menggunakan dan persepsi kegunaan juga telah dilakukan oleh

Zulkarnain & Alwie (2018). Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa hubungan antara persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh positif.

Hubungan antara persepsi kemudahan menggunakan dan niat untuk menggunakan juga telah diteliti oleh Aji et al (2019) dan hasilnya persepsi kemudahan menggunakan signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan. Hal ini juga diteliti oleh Leong et al (2021) dalam konteks *m-payment*. Pada penelitian tersebut, persepsi kemudahan menggunakan signifikan positif mempengaruhi niat untuk menggunakan. Penelitian variabel persepsi kemudahan menggunakan dan niat menggunakan juga diteliti oleh Ramadhan & Herianingrum (2017) dalam konteks *mobile banking* dan hasilnya berpengaruh signifikan.

Selain itu, hubungan antara variabel persepsi kegunaan dan niat untuk menggunakan juga telah diteliti oleh Aji et al (2019) dan telah diteliti kembali Aji et al (2020). Hasil keduanya variabel persepsi kegunaan signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan. Penelitian yang dilakukan oleh Laksana et al (2015) dalam konteks *m-banking*, hubungan antara persepsi kegunaan dan niat menggunakan berdampak signifikan.

Meskipun sudah ada beberapa penelitian terdahulu yang menguji hubungan antara norma subjektif dan persepsi kegunaan seperti yang telah disebutkan diatas, namun hasil yang didapati ternyata tidak konsisten. Hasil pengujian Kalinic et al (2020) terkait hubungan antara norma subjektif dan persepsi kegunaan tidak signifikan, hal ini tentu berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Aji et al (2020). Kalinic et al (2020) juga meneliti hubungan antara norma subjektif dan persepsi kemudahan menggunakan dan hasilnya tidak signifikan.

Hubungan antara persepsi kemudahan menggunakan dan persepsi kegunaan juga diteliti oleh Kalinic et al (2020) dan hasilnya tidak signifikan. Aji et al (2020) dan Kalinic et al (2020) meneliti hubungan antara persepsi kemudahan dan niat untuk menggunakan dan hasil penelitian keduanya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan menggunakan dan niat untuk menggunakan tidak signifikan. Penelitian Rakhmawati dan Isharijadi (2013) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem internet banking.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan responden non-Muslim. Seperti penelitian dalam konteks Bank Syariah yang dilakukan oleh Hapsari & Beik (2014) hasilnya sebanyak 68% dari responden non-Muslim bank syariah menganggap bank syariah lebih unggul dibandingkan bank konvensional, alasan terbesar yang menganggap bank syariah lebih unggul, karena produk bank syariah lebih transparan sebesar 46.34%. Penelitian yang dilakukan oleh Viranti & Ginanjar (2015) variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan secara individu atau parsial terhadap variabel keputusan nasabah non-Muslim menjadi nasabah BRI Syariah.

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah diidentifikasi sebelumnya, maka peneliti merasa tertarik untuk menguji kembali hubungan norma subjektif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan, dan niat untuk menggunakan pada konteks dompet digital khususnya LinkAja Syariah pada kalangan non-Muslim. Secara umum, model penelitian dalam skripsi ini direplikasi

dari Aji et al (2020) dan dilakukan sedikit modifikasi yakni menghilangkan variabel mediasinya dan mengganti objek penelitiannya.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berikut beberapa pertanyaan yang muncul dalam penelitian ini:

1. Apakah norma subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan LinkAja Syariah?
2. Apakah norma subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan menggunakan LinkAja Syariah?
3. Apakah norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan LinkAja Syariah?
4. Apakah persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan LinkAja Syariah?
5. Apakah persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan LinkAja Syariah?
6. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan LinkAja Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan penelitian skripsi adalah untuk memodifikasi model penelitian Aji et al (2020) dalam konteks pengetahuan riba terkait minat penggunaan e-money di Indonesia. Secara spesifik, tujuan penelitian skripsi ini adalah untuk:

1. Menguji hubungan antara norma subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.

2. Menguji hubungan antara norma subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan menggunakan.
3. Menguji hubungan antara norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan.
4. Menguji hubungan antara persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.
5. Menguji hubungan antara persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan.
6. Menguji hubungan antara persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan.

1.4 Manfaat Penelitian

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

1. Bagi akademisi

Penelitian skripsi ini menawarkan dan memperkaya hasil kajian empiris terkait norma subjektif, persepsi kemudahan menggunakan, persepsi kegunaan, dan niat untuk menggunakan khususnya dalam penggunaan dompet digital LinkAja Syariah.

2. Bagi pihak dompet digital (LinkAja Syariah)

Penelitian skripsi ini dapat menjadi sumber informasi dan saran untuk perusahaan yang diteliti yakni LinkAja Syariah maupun untuk dompet digital lainnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat orang non-Muslim

menggunakan layanan Syariah sehingga perusahaan dapat memperbaiki dan meningkatkan kinerjanya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 PENEJELASAN MODEL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan *Theory Acceptance Model* (TAM) untuk menjelaskan niat non-Muslim dalam menggunakan LinkAja Syariah. Priambodo & Prabawani (2016) menjelaskan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) atau model penerimaan teknologi ini merupakan adaptasi dari teori tindakan beralasan atau yang biasa disebut *Theory Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) yang kemudian dikembangkan pula oleh Davis (1989). Model tersebut menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Perceived Usefulness* (PU) adalah faktor-faktor utama yang mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi (Priyono, 2017).

Berdasarkan TAM, pengguna teknologi informasi bertindak rasional ketika mereka memutuskan untuk menggunakan teknologi tersebut dan dengan berlandaskan pada premis ini, *intention to use* (USE) (niatan untuk menggunakan) sebuah teknologi yang baru ditentukan oleh *perceived usefulness* (PU) (persepsi kegunaan) dari menggunakan teknologi informasi dan juga *perceived ease of use* (PEOU) (persepsi kemudahan) untuk menggunakan dari teknologi informasi yang baru tersebut (Priyono, 2017).

Penelitian ini mengangkat dompet digital dengan objek LinkAja Syariah. Penelitian ini mengangkat empat variabel yakni norma subjektif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan, dan niat menggunakan LinkAja Syariah. Adapun model penelitian yang digunakan berasal dari modifikasi

penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aji et al (2020) dengan judul “*The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia*”. Paper tersebut diterbitkan dalam *Journal of Islamic Marketing*. Aji et al (2020) menggunakan lima variabel yakni norma subjektif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan, niat untuk menggunakan dan variabel mediasi pengetahuan tentang riba. Namun, penulis melakukan modifikasi dengan tidak memasukkan variabel mediasi pengetahuan tentang riba dalam penelitian ini.

2.2 PENELITIAN TERDAHULU

Model pada penelitian ini juga telah dikembangkan oleh Daragmeh et al (2021) , Leong et al (2021), Aji et al (2020), Singh & Sinha (2020), Kalinic et al (2020), Aji et al (2019) . Adapun untuk melihat hasil penelitian secara lebih detail bisa dilihat pada tabel 2.1 Pemetaan Penelitian Terdahulu berikut:

Tabel 2. 1. Pemetaan Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Paper	Hipotesis	Konteks objek	Hasil
1	Daragmeh et al (2021)	<i>FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment</i>	H1: persepsi kegunaan secara positif memengaruhi perilaku niat gen X untuk menggunakan pembayaran digital. H2: Persepsi risiko Covid-19 secara positif memengaruhi perilaku niat gen X untuk	Pembayaran digital.	H1: positif yang tidak signifikan H2: positif yang signifikan H3: tidak didukung H4: positif yang signifikan H5: positif signifikan

			<p>menggunakan pembayaran digital.</p> <p>H3: Persepsi kemudahan menggunakan secara positif memengaruhi perilaku niat gen X untuk menggunakan pembayaran digital.</p> <p>H4: Persepsi kemudahan menggunakan berhubungan positif dengan persepsi kegunaan.</p> <p>H5: Hubungan antara persepsi kemudahan menggunakan dan perilaku niat untuk menggunakan pembayaran digital dimediasi oleh persepsi kegunaan.</p> <p>H6: Norma subjektif secara positif memengaruhi perilaku niat gen X untuk menggunakan pembayaran digital.</p> <p>H7: Norma subjektif berhubungan positif dengan persepsi kegunaan</p>	<p>tidak langsung</p> <p>H6: positif yang signifikan</p> <p>H7: didukung</p> <p>H8: didukung</p>
--	--	--	--	--

			H8: Hubungan antara norma subjektif dan perilaku niat untuk menggunakan pembayaran digital dimediasi oleh persepsi kegunaan.		
2	Leong et al (2021)	<i>Predicting mobile network operators users m-payment intention</i>	<p>H1a: Persepsi keamanan memiliki hubungan positif dengan persepsi kegunaan.</p> <p>H1b: Persepsi keamanan memiliki hubungan positif dengan persepsi kemudahan menggunakan</p> <p>H2a: Persepsi kesesuaian memiliki hubungan positif dengan persepsi kegunaan.</p> <p>H2b: Persepsi kesesuaian memiliki hubungan positif dengan persepsi kemudahan menggunakan</p> <p>H3a: Mobilitas pengguna memiliki hubungan yang positif dengan persepsi kegunaan.</p> <p>H3b: Mobilitas pengguna memiliki hubungan yang positif dengan persepsi</p>	Pembayaran digital	<p>H1a: tidak didukung</p> <p>H1b: didukung</p> <p>H2a: didukung</p> <p>H2b: didukung</p> <p>H3a: tidak didukung</p> <p>H3b: tidak didukung</p> <p>H4a: didukung</p> <p>H4b: didukung</p> <p>H5a: didukung</p> <p>H5b: didukung</p> <p>H6a: tidak didukung</p> <p>H6b: didukung</p> <p>H6c: tidak didukung</p> <p>H6d: tidak didukung</p>

			<p>kemudahan menggunakan</p> <p>H4a: Inovasi pribadi memiliki hubungan positif dengan persepsi kegunaan.</p> <p>H4b: Inovasi pribadi memiliki hubungan positif dengan persepsi kemudahan menggunakan.</p> <p>H5a: Persepsi kegunaan memiliki hubungan positif dengan niat menggunakan layanan pembayaran digital dari operator jaringan seluler.</p> <p>H5b: Persepsi kemudahan menggunakan memiliki hubungan positif dengan niat menggunakan layanan pembayaran digital dari operator jaringan seluler.</p> <p>H6a: Persepsi kegunaan akan memediasi efek Persepsi keamanan pada niat menggunakan pembayaran digital.</p> <p>H6b: Persepsi kegunaan akan memediasi</p>	<p>H7a: tidak didukung</p> <p>H7b: didukung</p> <p>H7c: tidak didukung</p> <p>H7d: didukung</p>
--	--	--	---	---

			<p>pengaruh persepsi kesesuaian pada niat menggunakan pembayaran digital.</p> <p>H6c: Persepsi kegunaan akan memediasi efek mobilitas pengguna pada niat menggunakan pembayaran digital.</p> <p>H6d: Persepsi kegunaan akan memediasi efek inovasi pribadi pada niat menggunakan pembayaran digital.</p> <p>H7a: Persepsi kemudahan menggunakan akan memediasi pengaruh persepsi keamanan pada niat menggunakan pembayaran digital.</p> <p>H7b: Persepsi kemudahan menggunakan akan memediasi pengaruh persepsi kesesuaian pada niat menggunakan pembayaran digital.</p> <p>H7c: Persepsi kemudahan menggunakan akan memediasi efek</p>	
--	--	--	---	--

			<p>mobilitas pengguna pada niat menggunakan pembayaran digital.</p> <p>H7d: Persepsi kemudahan menggunakan akan memediasi efek inovasi pribadi pada niat menggunakan pembayaran digital.</p>		
3	Aji et al (2020)	<i>The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia</i>	<p>H1: Norma subjektif mempengaruhi persepsi kegunaan.</p> <p>H2: Norma subjektif mempengaruhi persepsi kemudahan menggunakan</p> <p>H3: persepsi kemudahan menggunakan mempengaruhi persepsi kegunaan</p> <p>H4: Norma subjektif mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan uang elektronik.</p> <p>H5: Persepsi kemudahan menggunakan mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan uang elektronik.</p>	Uang elektronik	<p>H1: didukung</p> <p>H2: didukung</p> <p>H3: didukung</p> <p>H4: didukung</p> <p>H5: tidak didukung</p> <p>H6: didukung</p> <p>H7a: tidak didukung</p> <p>H7b: tidak didukung</p> <p>H7c: didukung</p>

			<p>H6: persepsi kegunaan mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan uang elektronik.</p> <p>H7a: Efek norma subjektif pada niat pelanggan untuk menggunakan uang elektronik dimoderatori oleh pengetahuan pengguna tentang riba.</p> <p>H7b: Efek persepsi kemudahan menggunakan pada niat pelanggan untuk menggunakan uang elektronik dimoderatori oleh pengetahuan pengguna tentang riba.</p> <p>H7c: Efek persepsi kegunaan pada niat pelanggan untuk menggunakan uang elektronik dimoderatori oleh pengetahuan pengguna tentang riba.</p>		
4	Singh & Sinha (2020)	<i>How perceived trust mediates merchant's intention to use a mobile wallet technology</i>	<p>H1: persepsi kesesuaian secara positif memengaruhi manfaat yang dirasakan dari layanan e-wallet.</p> <p>H2: Kesadaran secara positif mempengaruhi</p>	Dompet digital	<p>H1: didukung</p> <p>H2: didukung</p> <p>H3: didukung</p> <p>H4: tidak didukung</p>

		<p>manfaat yang dirasakan dari layanan e-wallet.</p> <p>H3: Kegunaan yang dirasakan secara positif mempengaruhi niat pedagang untuk menggunakan layanan e-wallet.</p> <p>H4: Biaya yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif pada niat untuk menggunakan layanan e-wallet.</p> <p>H5: Kepercayaan yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif pada niat pedagang untuk menggunakan layanan e-wallet.</p> <p>H6: Penambahan nilai pelanggan yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif pada niat untuk menggunakan layanan e-wallet.</p> <p>H7. Kepercayaan yang dirasakan memediasi pengaruh kegunaan yang dirasakan pada niat untuk menggunakan e-wallet</p>	<p>H5: didukung</p> <p>H6: didukung</p> <p>H7: didukung</p>
--	--	---	---

5	Kalinic et al (2020)	<i>The moderating impact of gender on the acceptance of peer-to-peer mobile payment systems</i>	<p>H1: Gender memoderasi hubungan antara kegunaan yang dirasakan dan niat untuk digunakan.</p> <p>H2: Gender memoderasi hubungan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kegunaan yang dirasakan.</p> <p>H3: Gender memoderasi hubungan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dan niat untuk digunakan.</p> <p>H4: Gender memoderasi hubungan antara kepercayaan yang dirasakan dan niat untuk digunakan.</p> <p>H5: Gender memoderasi hubungan antara risiko yang dirasakan dan kepercayaan yang dirasakan.</p> <p>H6: Gender memoderasi hubungan antara risiko yang dirasakan dan niat untuk digunakan.</p> <p>H7: Gender memoderasi hubungan antara</p>	Pembayaran digital	<p>H1: tidak didukung</p> <p>H2: tidak didukung</p> <p>H3: tidak didukung</p> <p>H4: tidak didukung</p> <p>H5: tidak didukung</p> <p>H6: didukung</p> <p>H7: didukung</p> <p>H8: tidak didukung</p> <p>H9: tidak didukung</p> <p>H10: didukung</p> <p>H11: tidak didukung</p> <p>H12: didukung</p>
---	----------------------	---	--	--------------------	--

			<p>norma subjektif dan kepercayaan yang dirasakan.</p> <p>H8: Gender memoderasi hubungan antara norma subjektif dan kegunaan yang dirasakan.</p> <p>H9: Gender memoderasi hubungan antara norma subjektif dan kemudahan penggunaan yang dirasakan</p> <p>H10: Gender memoderasi hubungan antara inovasi pribadi dan kepercayaan yang dirasakan.</p> <p>H11: Gender memoderasi hubungan antara inovasi pribadi dan kegunaan yang dirasakan.</p> <p>H12: Gender memoderasi hubungan antara inovasi pribadi dan kemudahan penggunaan yang dirasakan</p>		
6	Aji et al (2019)	<i>The Moderating Role of Knowledge about Riba on Intention to Use E-Money:</i>	<p>H1: persepsi kemudahan menggunakan mempengaruhi persepsi kegunaan.</p> <p>H2: Persepsi kemudahan menggunakan</p>	Uang elektronik	<p>H1: didukung</p> <p>H2: didukung</p> <p>H3: didukung</p>

		<i>Findings from Indonesia</i>	<p>mempengaruhi niat menggunakan uang elektronik. H3: Persepsi kegunaan mempengaruhi niat menggunakan uang elektronik. H4: Pengetahuan tentang riba memoderasi efek persepsi kemudahan menggunakan pada niat untuk menggunakan uang elektronik. H5: Pengetahuan tentang riba memoderasi efek persepsi kegunaan pada niat untuk menggunakan uang elektronik</p>	<p>H4: didukung H5: didukung</p>
--	--	--------------------------------	--	--------------------------------------

Penulis telah memetakan enam paper dari jurnal internasional dengan topik yang beragam dalam lima tahun terakhir. Paper pertama adalah paper yang ditulis Daragmeh et al (2021) dengan judul “*FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment*”. Dalam paper tersebut, Daragmeh et al (2021) meneliti tentang niat perilaku Gen X di Hungaria untuk menggunakan pembayaran digital. Tujuan studi empirisnya adalah untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku Gen X Hungaria untuk menggunakan layanan Fintech pembayaran digital selama pandemi COVID-19. Adapun beberapa variabel yang diuji yakni, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan

menggunakan, norma subjektif, persepsi risiko Covid-19, perilaku niat. Mereka menemukan bahwa, persepsi kegunaan memiliki pengaruh paling signifikan pada niat Gen X untuk mengadopsi pembayaran digital. Kemudian, persepsi risiko Covid-19 secara langsung mempengaruhi niat Gen X Hungary ketika datang untuk menggunakan pembayaran digital, karena mereka takut menangkap dan menyebarkan virus. Hasil survei juga menunjukkan tidak ada dampak langsung yang signifikan dari persepsi kemudahan menggunakan pada niat Gen X Hungary menggunakan pembayaran digital. Kemudian, norma subjektif secara signifikan mempengaruhi niat Gen X untuk mengadopsi pembayaran digital.

Kemudian penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Leong et al (2021) dengan judul “*Predicting mobile network operators users m-payment intention*”. Dalam penelitian tersebut, Leong et al (2021) meneliti tentang niat menggunakan pembayaran digital. Tujuan penelitian tersebut untuk menyelidiki niat menggunakan layanan pembayaran digital di Sarawak, Malaysia. Pada penelitian tersebut, mereka menggunakan variabel persepsi keamanan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan, persepsi kesesuaian, mobilitas pengguna, inovasi pribadi, dan niat menggunakan. Mereka menemukan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan menggunakan ditemukan secara langsung terkait dengan niat menggunakan layanan pembayaran digital yang ditawarkan oleh operator jaringan seluler.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Aji et al (2020) yang berjudul “*The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia*”. Paper ini sekaligus menjadi sumber model yang dimodifikasi pada

penelitian yang dilakukan oleh penulis. Aji et al (2020) meneliti tentang pengaruh norma subjektif dan pengetahuan tentang riba terhadap niat menggunakan uang elektronik. Tujuan penelitian tersebut untuk mengusulkan pengetahuan tentang riba sebagai faktor individu yang mungkin menjelaskan temuan sebelumnya yang tidak konsisten. Adapun variabel yang diuji yakni norma subjektif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan, niat menggunakan, dan pengetahuan tentang riba. Mereka mendapati hasil, norma subjektif secara signifikan mempengaruhi persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan dan niat untuk menggunakan uang elektronik. Persepsi kegunaan juga terbukti sebagai prediktor langsung niat untuk menggunakan. Sebaliknya, persepsi kemudahan menggunakan tidak secara signifikan mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan, memberikan dukungan untuk efek tidak langsung dari hipotesis antara persepsi kemudahan menggunakan-persepsi kegunaan-niat untuk menggunakan. Selanjutnya, pengetahuan tentang riba ditemukan sedang dalam hubungan antara persepsi kegunaan dan niat untuk menggunakan. Menariknya, efek moderasi pengetahuan tentang riba tidak ada dalam hubungan dari norma subjektif dan persepsi kemudahan menggunakan ke niat menggunakan.

Penelitian terdahulu selanjutnya ditulis oleh Singh & Sinha (2020) dengan judul “*How perceived trust mediates merchant's intention to use a mobile wallet technology*”. Dalam penelitian ini Singh & Sinha (2020) meneliti tentang niat pedagang menggunakan dompet digital. Mereka meneliti terkait yakni persepsi kesesuaian, kesadaran, persepsi kegunaan, persepsi penambahan nilai pelanggan, persepsi kepercayaan, persepsi biaya, niat untuk menggunakan. Penelitian Singh &

Sinha (2020) menegaskan bahwa persepsi kegunaan dipengaruhi secara positif oleh persepsi kesesuaian dan kesadaran teknologi, temuan tersebut juga mengungkapkan bahwa kesadaran memiliki pengaruh yang lebih tinggi pada kegunaan yang dirasakan daripada persepsi kesesuaian.

Paper berikutnya yakni paper yang ditulis oleh Kalinic et al (2020) dengan judul "*The moderating impact of gender on the acceptance of peer-to-peer mobile payment systems*". Kalinic et al (2020) meneliti tentang gender, norma subjektif, inovasi pribadi, persepsi resiko, persepsi kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan, dan niat menggunakan. Studi tersebut mengidentifikasi perbedaan yang signifikan antara dua kelompok yang diamati dan hasilnya menunjukkan bahwa pria lebih cenderung menggunakan pembayaran digital daripada wanita dan karena itu kurang dipengaruhi oleh potensi risiko yang terlibat. Selain itu, pria lebih mudah dipengaruhi oleh lingkungan sosial mereka, sedangkan wanita lebih dipengaruhi oleh inovasi pribadi mereka.

Terakhir, paper yang ditulis oleh Aji et al (2019) dengan judul "*The Moderating Role of Knowledge about Riba on Intention to Use E-Money: Findings from Indonesia*". Penelitian tersebut menguji tentang variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, niat untuk menggunakan uang elektronik, dan variabel moderasi pengetahuan tentang riba. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui apakah pengetahuan tentang riba memoderasi niat untuk menggunakan uang elektronik. Hasilnya menunjukkan bahwa merasakan persepsi kemudahan menggunakan dan persepsi kegunaan sebagai prediktor utama niat

untuk menggunakan uang elektronik. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa niat pelanggan untuk menggunakan atau tidak menggunakan uang elektronik tergantung pada pengetahuan mereka tentang riba.

2.3 DEFINISI VARIABEL

2.3.1 Norma Subjektif

Fishbein dan Ajzen (1975) mendefinisikan norma subjektif sebagai keyakinan seseorang dimana ia mungkin percaya dan melakukan aktivitas tertentu berdasarkan apa yang dilakukan orang lain. Kemudian Schierz et al (2010) mendefinisikan norma subjektif dalam konteks pembayaran digital adalah sebesar apa keyakinan persepsi lingkungan sosial terhadap pembayaran digital yang diinginkan.

Norma subjektif didefinisikan sebagai tingkat tekanan sosial yang dirasakan seseorang untuk melakukan sesuatu (Alam et al., 2012). Al-Swidi et al., (2014) mendefinisikannya sebagai keyakinan tentang bagaimana seseorang akan dilihat di komunitasnya setelah melakukan perilaku tertentu. Selain itu Aji dan Dharmmesta (2019) menganggap norma subjektif sebagai faktor eksternal yang mungkin mempengaruhi sikap individu.

2.3.2 Persepsi Kegunaan

Model TAM dari Davis et al. (1989) diadopsi untuk mengukur persepsi kegunaan. Pengukuran konstruk kegunaan (*usefulness*) menurut Davis (1989) terdiri dari: 1). Menjadikan pekerjaan lebih cepat (*work more quickly*), 2). Bermanfaat (*useful*), 3). Menambah produktivitas (*increase productivity*), 4).

Meningkatkan efektivitas (*enchance efectiveness*), dan 5). Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*).

Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Persepsi kegunaan adalah prediktor langsung niat pengguna untuk mengadopsi (Park et al., 2014). Yahyapour (2008) menambahkan bahwa persepsi kegunaan dapat diukur dengan indikator meningkatkan produktivitas, menjadikan kerja lebih efektif, dan pekerjaan menjadi lebih cepat

2.3.3 Persepsi Kemudahan Menggunakan

Persepsi kemudahan menggunakan didefinisikan sebagai persepsi para pelanggan dan pengguna potensial terhadap kompleksitas dalam mempelajari dan menggunakan sebuah aplikasi pembayaran digital (Ooi & Tan, 2016). Kemudahan penggunaan yang dirasakan, sebaliknya, mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha (Davis, 1989).

Fusilier dan Durlabhji (2005) menyatakan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan adalah merasakan kemudahan dalam menggunakan teknologi guna melakukan kegiatan yang diinginkan, serta dapat berinteraksi dengan teknologi *Mobile Commerce* tidak memerlukan usaha yang besar. Davis (1989) menguraikan indikator di dalam persepsi kemudahan penggunaan : mudah dipelajari (*easy to learn*), dapat dikontrol

(*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become*).

2.3.4 Niat untuk Menggunakan

Menurut TPB, niat dianggap sebagai faktor motivasi yang memengaruhi perilaku (Ajzen, 1991). Dalam TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989), niat menggunakan dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan menggunakan. Morwitz & Munz (2020) menyebutkan bahwa niat adalah variabel yang paling banyak digunakan dalam penelitian akademis, terutama di bidang pemasaran dan psikologi. Niat berfungsi sebagai faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku seseorang (Zarrad & Debabi, 2015). Dewi & Warmika (2016) menyatakan bahwa, *intention to use* atau minat perilaku merupakan suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Oleh karena itu, semakin besar minat seseorang terhadap sesuatu, maka semakin besar pula usaha untuk mencapainya.

2.4 PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.4.1 Norma Subjektif dan Persepsi Kegunaan

TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989) adalah untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap teknologi baru. Dalam penelitian Davis (1989) TAM menunjukkan bahwa penggunaan sistem baru pelanggan yang sebenarnya dipengaruhi oleh niat perilaku pengguna, sikap, persepsi kemudahan menggunakan dan persepsi kegunaan. Kemudian Venkatesh dan Davis (2000) mengembangkan TAM menjadi TAM 2 dengan menambahkan variabel sosial dan variabel instrumental kognitif yang dihasilkan dari persepsi kemudahan.

Secara empiris, penelitian yang dilakukan Daragmeh et al (2021) menemukan bahwa norma subjektif secara signifikan terkait dengan persepsi kegunaan. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Luna et al (2019) dalam konteks adopsi pembayaran digital, menemukan hubungan norma subjektif dan persepsi kegunaan terdapat perbedaan yang signifikan. Hubungan norma subjektif dan persepsi kegunaan juga diteliti oleh Buangbeng-Andoh (2018). Penelitian tersebut dilakukan dalam konteks *mobile learning* dan hasilnya hubungan antara dua variabel tersebut ditemukan didukung atau signifikan. Rui-Hsin et al (2018) meneliti dalam konteks *e-learning*, menemukan hasil signifikan antara hubungan norma subjektif dan persepsi kegunaan.

Dalam konteks dompet digital Syariah, norma subjektif dapat berhubungan secara positif dengan persepsi kegunaan. Dalam penjelasan Theory of Planned Behavior (TPB), norma subjektif merupakan sudut pandang orang lain yang akan memengaruhi niat untuk berperilaku. Hal ini dikarenakan semakin tinggi pengaruh lingkungan terhadap seseorang, maka seseorang juga dapat menilai kegunaannya. Dalam konteks dompet digital LinkAja Syariah dapat diartikan jika sebagian besar orang disekitarnya menganggap bahwa nilai syariah itu sangatlah penting dan sesuai dengan suatu ajaran lalu mempengaruhi orang lain, maka orang yang diberikan pengaruh tersebut akan merasakan kegunaan dari dompet digital syariah. Dengan demikian, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H1: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan

2.4.2 Norma Subjektif dan Persepsi Kemudahan Menggunakan

Norma subjektif merupakan hasil pengembangan dari TAM yakni TAM 2 yang dilakukan oleh Davis et al (1989). Dalam konteks pembayaran mobile, norma subjektif dapat didefinisikan sebagai sejauh mana individu dipengaruhi oleh lingkungan sosial mereka (keluarga, teman, ahli, selebriti) untuk melihat pembayaran mobile sebagai lebih diinginkan (Flavian et al., 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Aji et al (2020) menemukan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan menggunakan. Penelitian Abdullah et al (2016) dalam konteks *e-portfolio*, ditemukan hubungan antara variabel norma subjektif dan persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh signifikan. Dalam konteks penggunaan teknologi, hubungan antara norma subjektif dan persepsi kemudahan diteliti oleh Usman et al (2021). Usman et al (2021) menemukan hubungan kedua variabel tersebut berpengaruh positif signifikan. Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa, semakin besar pengaruh lingkungan, hal tersebut dapat membuat orang lain terpengaruhi dalam merasakan persepsi kemudahan dalam menggunakan. Hal tersebut dapat diartikan, jika banyak orang disekitar menggunakan LinkAja Syariah dan menceritakan pengalamannya terkait kemudahan dalam menggunakan LinkAja Syariah lalu mempengaruhi orang lain untuk menggunakan LinkAja Syariah maka orang yang dipengaruhi pun akan mencoba menggunakan LinkAja Syariah guna membuktikan kemudahan dalam menggunakan LinkAja Syariah. Oleh sebab itu, penulis membuat hipotesis berikut ini:

H2: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan menggunakan

2.4.3 Norma Subjektif dan Niat

Dalam TRA, norma subjektif adalah anteseden langsung dari niat perilaku Fishben & Ajzen (1975) . Pada TAM 2, norma subjektif diatur untuk menjadi prediktor langsung dan tidak langsung dari niat perilaku Aji et al (2020). Adapun pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ayudya dan Wibowo (2018) dalam konteks uang elektronik menemukan norma subjektif sebagai prediktor signifikan untuk menggunakan uang elektronik. Rahmatika & Fajar (2019) meneliti hubungan antara norma subjektif dan niat menggunakan dalam konteks uang elektronik. Dalam penelitian tersebut norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat menggunakan.

Pada konteks penelitian ini, norma subjektif dapat memengaruhi niat menggunakan dompet digital LinkAja Syariah. Pengaruh dari norma subjektif atau pengaruh lingkungan inilah yang dapat memicu niat menggunakan dompet digital LinkAja Syariah. Norma subjektif dapat diartikan bahwa perilaku individu dapat dipengaruhi oleh cara mereka percaya dengan orang lain untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi. Secara singkat, dapat disimpulkan bahwa seseorang memiliki niat untuk menggunakan LinkAja Syariah karena mendapatkan pengaruh dari keluarga, teman, dan orang-orang terdekatnya. Oleh karena itu penulis membangun hipotesis:

H3: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat menggunakan.

2.4.4 Persepsi Kemudahan Menggunakan dan Persepsi Kegunaan

TAM menjelaskan bahwa persepsi pelanggan tentang persepsi kegunaan terhadap teknologi baru terutama dipengaruhi oleh kemudahan penggunaannya (Aji et al., 2020). Daragmeh et al (2021) menemukan persepsi kemudahan menggunakan memiliki hubungan yang positif signifikan dengan persepsi kegunaan. Selain itu Aji et al (2019) penelitian dalam konteks pengetahuan riba uang elektronik, menemukan hubungan yang signifikan antara persepsi kemudahan menggunakan dan persepsi kegunaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan Alwie et al (2018) dalam konteks uang elektronik menemukan bahwa, persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan.

Hasil penelitian sebelumnya juga dapat terjadi dalam konteks niat menggunakan dompet digital Syariah. Persepsi kemudahan menggunakan dapat memengaruhi persepsi kegunaan. Kemudahan sistem pembayaran LinkAja Syariah akan memberikan kemudahan bagi penggunanya jika langkah-langkah yang dalam penggunaannya efisien dan tidak rumit. Kemudahan tersebut akan memberikan dampak ke penggunanya yakni menjadi lebih efisien dalam melakukan transaksi. Efisien tersebut yang dapat meningkatkan kegunaan LinkAja Syariah. Hal tersebut dapat disimpulkan semakin mudah LinkAja Syariah digunakan maka semakin besar pula kemungkinan LinkAja Syariah untuk diterima oleh penggunanya karena kegunaannya. Maka dari itu penulis merumuskan hipotesis berikut:

H4: Persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.

2.4.5 Persepsi Kemudahan Menggunakan dan Niat

Dalam teori TAM yang dikembangkan Davis (1989) persepsi kemudahan menggunakan dianggap sebagai prediktor penting yang dapat memengaruhi niat penerimaan teknologi pengguna. Individu lebih bersedia untuk menggunakan dan mempelajari fitur sistem baru dan akhirnya menggunakannya jika sistem mudah digunakan (Hamid et al., 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Leong et al (2021) menemukan hubungan signifikan langsung antara persepsi kemudahan menggunakan dan niat menggunakan. Penelitian Priyono (2017) menunjukkan hubungan antara persepsi kemudahan menggunakan dan niat menggunakan diterima atau berpengaruh positif. Hal tersebut dapat mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan menggunakan maka semakin meningkatkan niat seseorang untuk menggunakan dompet digital. Ketika pengguna LinkAja Syariah merasakan kemudahan dalam menggunakan LinkAja Syariah maka hal tersebut akan mempengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan LinkAja Syariah. Maka penulis membuat hipotesis berikut ini:

H5: Persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan.

2.4.6 Persepsi Kegunaan dan Niat

TAM dan TAM 2 menyarankan bahwa persepsi kegunaan adalah anteseden langsung dari niat perilaku (Venkatesh et al., 2000). Dalam konteks penelitian Luna et al (2019) , mereka menganggap bahwa kegunaan yang dirasakan dari sistem

pembayaran akan mempengaruhi niat untuk menggunakan melalui sikap pengguna terhadap sistem pembayaran.

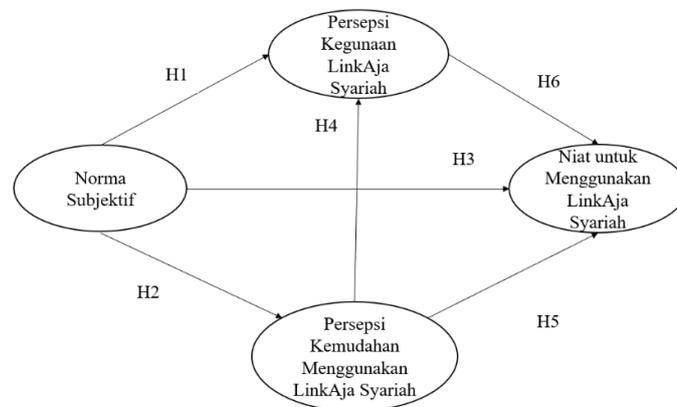
Pengujian yang dilakukan oleh Dewi dan Warmika (2016) pada pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menggunakan menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *Mobile Commerce* di Kota Denpasar. Hal tersebut mengandung arti bahwa persepsi manfaat memiliki keterkaitan dengan niat seseorang dalam menggunakan *Mobile Commerce*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Singh dan Sihna (2020) , menemukan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan dan langsung dengan niat menggunakan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Priyono (2017) menemukan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap niat untuk menggunakan. Penelitian tersebut dapat menjelaskan bahwa semakin tinggi persepsi kegunaan maka semakin tinggi niat untuk menggunakan. Dalam menggunakan suatu sistem, pengguna akan mempertimbangkan kegunaan sistem tersebut. Ketika seseorang atau pengguna merasakan kegunaan LinkAja Syariah yang sesuai dengan ekspektasinya atau bahkan melebihi ekspektasinya, maka niat pengguna untuk menggunakan LinkAja Syariah akan sangat tinggi. Oleh karena itu, penulis membuat hipotesis berikut ini:

H6: Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan.

2.4 MODEL PENELITIAN

Berdasarkan pemaparan pada bagian sebelumnya, maka model penelitian yang dapat diformulasikan dapat dilihat pada Gambar 2.1 berikut ini:



Gambar 2. 1. Model Penelitian

Dimodifikasi dari Aji et al (2020)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 DESAIN PENELITIAN

Penelitian skripsi ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan sarana untuk menguji teori-teori objektif dengan menguji hubungan antar variabel, serta variabel-variabel tersebut dapat diukur sehingga data berbentuk angka dapat dianalisis menggunakan prosedur statistik (Creswell, 2009). Objek yang diangkat pada penelitian ini yakni LinkAja Syariah. Untuk lokasi penelitian dilakukan di Yogyakarta. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner *Google Form* secara *online*. Penyebaran kuesioner *online* dilakukan dengan disebar melalui beberapa sosial media seperti Instagram, WhatsApp dan Line. Untuk teknis penyebaran kuesioner melalui Instagram memanfaatkan fitur *direct message* dan *insta story*. Adapun penyebaran kuesioner dengan WhatsApp dilakukan dengan cara mengirimkan link kuesioner ke pesan pribadi dan grup, serta melalui *story* Whatsapp. Penyebaran melalui Line dilakukan dengan mengirimkan link kuesioner ke pesan pribadi.

3.2 POPULASI DAN SAMPEL

Menurut Shukla (2020) populasi ialah sesuatu yang mengacu pada himpunan atau kelompok dari semua unit di mana temuan penelitian akan diterapkan. Dengan begitu, definisi populasi dapat dikatakan sebagai kumpulan dari seluruh unit yang memiliki karakteristik variabel yang diteliti dan yang temuan

penelitiannya dapat digeneralisasikan (Shukla, 2020). Populasi pada penelitian ini adalah non-Muslim yang belum menggunakan LinkAja Syariah di Yogyakarta.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili karakteristik dari populasi (Kabir, 2016). Menurut Kabir (2016) sampling adalah proses pemilihan sampel untuk memperkirakan karakteristik populasi atau dengan kata lain, sampling adalah proses memperoleh informasi tentang seluruh populasi dengan memeriksa hanya sebagian darinya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode sampling non-probabilitas dengan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Teknik pengambilan sampel *purposive* merupakan teknik dimana dalam pemilihan responden dilakukan dengan sengaja, dengan cara memilih responden dengan karakteristik relevan tertentu yang menggambarkan dimensi populasi. Menurut Sekaran dan Bougie (2016) *purposive sampling* merupakan sampling *nonprobability* dimana informasi yang diperlukan dikumpulkan dari target khusus atau spesifik maupun kelompok orang dengan dasar rasional. Dengan begitu, peneliti akan menetapkan ciri-ciri khusus atau tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga responden dengan ciri-ciri yang ditetapkan diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Teknik *snowball sampling* adalah teknik dimana peserta secara sukarela menjadi bagian dari penelitian, atau secara mudahnya pengisi kuesioner mengirimkan kuesioner tersebut kepada orang lain. Menurut Sekaran dan Bougie (2016) teknik *snowball sampling* diibaratkan seperti bola salju yang sedang menggelinding, dimana bola salju semakin lama semakin besar. Menyesuaikan dengan tujuan penelitian skripsi ini, maka kriteria responden dalam penelitian ini adalah mereka yang beragama non-Muslim yang belum pernah

menggunakan LinkAja Syariah. Ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Roscoe (1975). Berdasarkan Roscoe (1975) jumlah sampel minimal yang tepat dapat dihitung dengan rumus 5 x jumlah item sedangkan untuk sampel maksimal 10 x jumlah item.

3.3 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL

3.3.1 Norma Subjektif Terhadap LinkAja Syariah

Fishbein dan Ajzen (1975) mendefinisikan norma subjektif sebagai sejauh mana seseorang mungkin percaya dan melakukan aktivitas tertentu berdasarkan apa yang dilakukan orang lain. Adapun Al-Swidi et al., (2014) mendefinisikannya sebagai keyakinan tentang bagaimana seseorang akan dilihat di komunitasnya setelah melakukan perilaku tertentu. Secara operasional, norma subjektif dalam konteks ini diartikan dengan suatu ajakan atau pengaruh lingkungan sekitar sehingga seseorang terpengaruh untuk menggunakan LinkAja Syariah. Adapun item pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian Aji et al (2020) dan Daragmeh et al (2021). Item pengukuran dapat dilihat pada tabel norma subjektif 3.1 berikut:

Tabel 3. 1. Item Pengukuran Norma Subjektif Terhadap LinkAja Syariah

No	Item
1	Mayoritas orang yang saya kenal menggunakan dompet digital Syariah
2	Mayoritas orang yang saya kenal akan setuju jika saya menggunakan dompet digital Syariah

No	Item
3	Mayoritas orang yang saya kenal berfikir bahwa saya harus menggunakan dompet digital Syariah
4	Orang yang penting bagi saya, mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan dompet digital Syariah

3.3.2 Persepsi Kegunaan Terhadap LinkAja Syariah

Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Yahyapour (2008) menambahkan bahwa persepsi kegunaan dapat diukur dengan indikator meningkatkan produktivitas, menjadikan kerja lebih efektif, dan pekerjaan menjadi lebih cepat. Adapun secara operasional, persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sebuah pemikiran responden non-Muslim yang belum menggunakan LinkAja bahwa dalam menggunakan sebuah teknologi yang baru akan meningkatkan kinerjanya. Adapun item pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian Aji et al (2020). Item pengukuran dapat dilihat pada tabel persepsi kegunaan 3.2 berikut:

Tabel 3. 2. Item Pengukuran Persepsi Kegunaan Terhadap LinkAja Syariah

No	Item
1	Dompet digital Syariah membantu transaksi pembayaran dengan lebih cepat.

No	Item
2	Dompet digital Syariah membantu meningkatkan kualitas dalam transaksi pembayaran
3	Dompet digital Syariah membantu meningkatkan produktivitas dalam transaksi pembayaran
4	Dompet digital Syariah membantu meningkatkan efektivitas dalam transaksi pembayaran

3.3.3 Persepsi Kemudahan Menggunakan Terhadap LinkAja Syariah

Persepsi kemudahan menggunakan didefinisikan sebagai persepsi para pelanggan dan pengguna potensial terhadap kompleksitas dalam mempelajari dan menggunakan sebuah aplikasi pembayaran digital (Ooi & Tan, 2016). Secara operasional, persepsi kemudahan menggunakan diartikan sebagai sebuah pemikiran atau pandangan responden non-Muslim yang belum menggunakan LinkAja Syariah mengenai kemudahan yang didapatkan dalam menggunakan sesuatu teknologi yang baru. Adapun item pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian Aji et al (2020). Item pengukuran dapat dilihat pada tabel item persepsi kemudahan menggunakan 3.3 berikut:

Tabel 3. 3. Item Pengukuran Persepsi Kemudahan Menggunakan Terhadap LinkAja Syariah

No	Item
1	Mempelajari menggunakan dompet digital Syariah itu mudah

No	Item
2	Terampil dalam menggunakan Dompot digital syariah itu mudah
3	Menggunakan dompet digital Syariah itu mudah
4	Penggunaan dompet digital Syariah jelas dan dapat dimengerti

3.3.4 Niat Menggunakan Terhadap LinkAja Syariah

Dewi & Warmika (2016) menyatakan bahwa, *intention to use* atau minat perilaku merupakan suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Secara operasional, niat untuk menggunakan LinkAja Syariah didefinisikan sebagai suatu keinginan konsumen non-Muslim untuk menggunakan LinkAja Syariah pada masa depan. Niat konsumen tersebut sudah dipengaruhi variabel-variabel sebelumnya seperti norma subjektif, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan menggunakan LinkAja Syariah. Adapun item pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian Aji et al (2020) dan Singh & Sinha (2020). Item pengukuran dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut:

Tabel 3. 4. Item Pengukuran Niat Menggunakan Terhadap LinkAja Syariah

No	Item
1	Saya berniat menggunakan dompet digital Syariah
2	Saya berniat untuk rutin menggunakan dompet digital Syariah
3	Saya akan selalu mencoba untuk menggunakan dompet digital Syariah
4	Saya berniat untuk meningkatkan penggunaan dompet digital syariah di masa mendatang

3.4 METODE PENGUJIAN

Dalam penelitian ini, data yang sudah terkumpul akan diolah menggunakan metode PLS-SEM (*Partial Least Square- Structural Equation Modeling*). Terdapat dua jenis pengujian dalam metode pengujian PLS-SEM yaitu pengujian model dan estimasi model. Pengujian model dibagi menjadi pengujian *inner model* (model dalam) dan *outer model* (model luar). Terdapat perbedaan indikator kesesuaian *model (goodness-of-fit)* untuk model dalam dan model luar. Indikator untuk *outer model* atau model luar ialah *Average Variance Extracted (AVE)*, *Square Roots AVE*, *Cross Loadings*, *Cronbach Alpha (CA)* dan *Composite Reliability (CR)*. Berikutnya untuk indikator kesesuaian *inner model* diukur dengan *R-Square*, dan *Q2 Predictive Relevance*. Kemudian, metode *PLS Bootstrapping* digunakan untuk mengukur estimasi model. Penjelasan terkait masing-masing pengujian akan dijelaskan pada sub bab berikut:

3.4.1 Kesesuaian Model Luar (*Outer Model*)

3.4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner (Ghozali, 2005). Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya mencapai sarannya (Jogiyanto, 2007). Adapun menurut Sekaran dan Bougie (2016) validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner bias atau tidak. Menurut Zikmund et al (2009) validitas ialah terkait keakuratan ukuran atau sejauh mana item dengan jujur mewakili sebuah konsep.

Berdasarkan Sekaran dan Bougie (2016) uji validitas dalam PLS-SEM terdiri dari dua macam yakni validitas konvergen dan validitas diskriminan.

1. Uji Validitas Diskriminan

Menurut Hair et al (2013) validitas diskriminan merupakan suatu yang berkaitan dengan keunikan suatu konstruk, terkait apakah suatu peristiwa yang ditangkap oleh konstruk itu unik dan tidak diwakili oleh konstruksi lain. Validitas diskriminan dapat ditetapkan ketika dua konsep yang berbeda tidak berkorelasi satu sama lain (Sekaran & Bougie, 2016). Menurut Jogiyanto (2007), validitas diskriminan akan terjadi jika dua instrument yang berbeda yang mengukur dua buah konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi dan menghasilkan skor-skor yang tidak berkorelasi.

Nilai *average variance extracted* (AVE) juga dapat digunakan untuk melihat validitas diskriminan. Nilai AVE digunakan untuk menguji akar kuadrat dari setiap AVE apakah korelasi lebih besar dari setiap konstruk laten (Gefen & Straub, 2005). Pendekatan Fornell & Larcker (1981) digunakan untuk menguji validitas diskriminan dengan cara membandingkan akar kuadrat dari nilai AVE dengan korelasi variabel laten. Pada akar kuadrat dari AVE disetiap konstruk harus lebih besar dari korelasi tertinggi dengan konstruksi lain.

2. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen adalah pengujian untuk mengukur sejauh mana item pengukuran berkorelasi positif dengan item pengukuran dari konstruk yang sama (Hair et al, 2017). Validitas konvergen dapat ditetapkan ketika ada tingkat korelasi

yang tinggi antara dua sumber yang berbeda menanggapi ukuran yang sama (Sekaran & Bougie, 2016). Validitas konvergen terjadi jika skor-skor yang diperoleh dari dua instrument yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama memiliki korelasi yang tinggi (Jogiyanto, 2007). Dalam PLS-SEM, validitas konvergen diukur menggunakan dua hal, yaitu skor *Average Variance Extracted* (AVE) dan *Factor Loading*.

3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2005). Selain itu, menurut Jogiyanto (2007), reliabilitas menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurannya. Ghozali (2005) menyatakan bahwa suatu kuesioner dikatakan variabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Koefisiensi *Cronbach Alpha* merupakan ukuran konsistensi internal yang umum digunakan. Ukuran konsistensi internal yang umum digunakan adalah koefisien *Cronbach Alpha*. Menurut Hair et al (2017) minimal skor koefisiensi untuk reliabilitas sebesar 0,70.

3.4.2 Estimasi Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model adalah model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan sebab-akibat antar variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. *Inner model* terdiri atas *R-square* (R^2) untuk menguji seberapa besar variabel dependen dipengaruhi variabel independent. Jika nilai *R square* sebesar 0.67 maka dikategorikan kuat, nilai 0.33 maka moderat, sedangkan jika bernilai 0.19 maka *R-square* lemah. Kemudian, untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap

variabel dependen dapat menggunakan *Q square* (Q^2). *Q square* bertujuan untuk mengukur seberapa baik nilai yang dihasilkan oleh model. Selain itu, terdapat pula (*T-value*) dan (*Q-value*) untuk menunjukkan signifikansi hipotesis. Jika nilai *T-value* >1,96 (lebih besar dari 1,96) maka signifikan sedangkan untuk *Q-value* dikatakan signifikan jika <0,050 (lebih kecil dari 0,50). *Inner model* yakni seperti variabel-variabel inti pada model penelitian misalnya, pada penelitian ini yang disebut *inner model* adalah empat variabel yang diuji (norma subjektif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan, dan niat menggunakan) pada konteks dompet digital syariah yakni LinkAja Syariah.

3.5 PILOT TEST

Pilot test adalah bentuk pengujian validitas dan reliabilitas atas keseluruhan instrumen dalam kuesioner sebelum disampaikan kepada responden sesungguhnya. Pada penelitian ini, uji pilot dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS dan Smart PLS. Responden pada uji ini sebanyak 50 responden yang beragama non-Muslim. Adapun hasil dilihat dari tabel dari *KMO* dan *Bartlett's Test* yang tercantum pada tabel 3.5 berikut:

Tabel 3. 5. Uji *KMO* dan *Bartlett's*

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	.907
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	667.544
df	78
Sig.	< .001

Kemudian untuk mengukur validitas dari masing-masing variabel untuk uji pilot yakni bisa dilihat dari table *Rotated Component Matrix*. Berdasarkan Hair et al (2013) jika pada tabel tersebut setiap hasil dari variabel mengelompok menjadi satu dan tidak terpisah-pisah, serta skor bobot faktornya lebih besar dari 0.50 maka hasilnya dapat dinyatakan valid. Uji pilot keempat variabel ini dengan menggunakan 50 responden dinilai valid. Akan tetapi dalam uji ini terdapat beberapa item variabel yang dikeluarkan, yakni variabel SN 2, PEOU 1 dan PEOU 4. Meskipun PEOU 3 tidak mengelompok, namun PEOU 3 dibiarkan karena sampel hanya berjumlah 50 dan masih terdapat potensi akan mengelompok dengan faktor yang sesuai apabila sampel bertambah. Untuk lebih jelas pada tabel 3.6 berikut:

Tabel 3. 6. *Rotated Component Matrix*

Komponen				
	Persepsi Kegunaan	Niat Menggunakan	Norma Subjektif	Persepsi Kemudahan Menggunakan
SN 1			.723	
SN 3			.699	
SN 4			.759	
PU 1	.891			
PU 2	.898			
PU 3	.919			

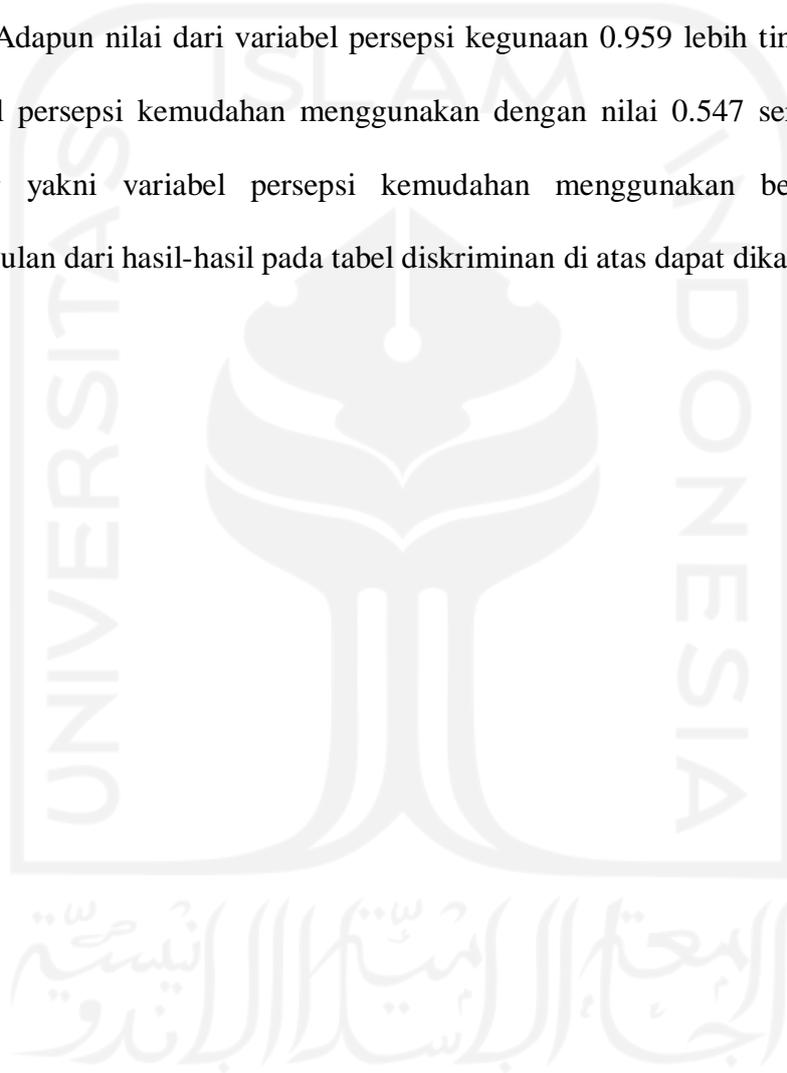
Komponen				
	Persepsi Kegunaan	Niat Menggunakan	Norma Subjektif	Persepsi Kemudahan Menggunakan
PU 4	.947			
PEOU 2				.940
PEOU 3	.532			.547
INT 1		.868		
INT 2		.851		
INT 3		.904		
INT 4		.842		

Tabel 3. 7. Hasil Uji Validitas Diskriminan

	Niat Mengguna kan	Norma Subjektif	Persepsi Kegunaan	Persepsi Kemudahan Menggunakan
Niat Menggunakan	0.951			
Norma Subjektif	0.801	0.906		
Persepsi Kegunaan	0.544	0.549	0.959	
Persepsi Kemudahan Menggunakan	0.544	0.575	0.547	0.888

Berdasarkan hasil pada tabel validitas diskriminan yang diuji kepada 50 responden di atas, didapati bahwa hasil dari keseluruhan variabel yang membentuk

diagonal dengan nilai variabel di atas lebih tinggi daripada nilai variabel di bawahnya. Seperti pada variabel niat menggunakan memiliki nilai 0.951 lebih tinggi dari variabel norma subjektif dengan nilai 0.801. Nilai variabel norma subjektif 0.906 juga lebih tinggi daripada variabel persepsi kegunaan dengan nilai 0.549. Adapun nilai dari variabel persepsi kegunaan 0.959 lebih tinggi dari nilai variabel persepsi kemudahan menggunakan dengan nilai 0.547 serta juga hasil terakhir yakni variabel persepsi kemudahan menggunakan bernilai 0.888. Kesimpulan dari hasil-hasil pada tabel diskriminan di atas dapat dikatakan valid.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. HASIL

4.1.1 Deskriptif Responden

Pada penelitian ini menggunakan total 124 responden yang didapatkan dari kuesioner yang dibuat menggunakan *Google Form* dan disebarikan melalui media sosial. Dari kuesioner tersebut, diperoleh responden mayoritas agama Kristen (36,8%) dan Katholik (34,9%), karena syarat mengisi kuesioner ini ialah responden yang beragama Non-Muslim. Selain difilter dengan agama, responden juga dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, status, pendidikan terakhir, pekerjaan, kisaran penghasilan kotor perbulan, dan lokasi atau daerah asal. Hasil kuesioner penelitian ini didominasi oleh responden perempuan sebanyak 66,1%. Sebanyak 91,9% responden berstatus belum menikah. Usia responden didominasi 20-30 tahun yakni sebesar 76,6% dari total 124 responden. Pendidikan responden didominasi oleh S1 sederajat (62,1%). Pekerjaan didominasi oleh mahasiswa (69,4%). Pada bagian ini juga dicantumkan penghasilan kotor dalam sebulan, hasilnya 41,9% belum berpenghasilan, serta 16,9% berpengasilan antara 1juta-2juta. Selain itu dalam variabel demografi daerah asal juga digunakan pada kuesioner penelitian ini. Daerah asal yang tercantum pada kuesioner terdiri dari, pulau Jawa, pulau Kalimantan, pulau Sumatra, pulau Sulawesi, dan pulau Papua. Hasil daerah asal didominasi oleh responden dari Pulau Jawa dengan jumlah responden (83,7%). Untuk informasi demografi responden yang lebih rinci dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4. 1. Profil Responden

Variabel Demografi	N	%
Agama		
• Islam	28	18.4%
• Kristen	56	36.8%
• Katholik	53	34.9%
• Hindu	9	5.9%
• Budha	3	2%
• Konghucu	3	2%
Jenis Kelamin		
• Laki-laki	42	33.9%
• Perempuan	82	66.1%
Status		
• Menikah	10	8.1%
• Belum Menikah	114	91.9%
Usia		
• <20 tahun	25	20.2%
• 20-30 tahun	95	76.6%
• 31-40 tahun	3	2.4%
• 41-50 tahun	1	0.8%
• >50 tahun	0	0
Pendidikan Terakhir		

• Tidak Sekolah		
• SD		
• SMP sederajat	1	0.8%
• SMA sederajat	35	28.2%
• Diploma	8	6.5%
• S1 sederajat	77	62.1%
• S2 sederajat	2	2.4%
• S3 sederajat	0	0
Pekerjaan		
• Pelajar	3	2.4%
• Mahasiswa	86	69.4%
• Teknisi	1	0.8%
• Wiraswasta	18	14.5%
• Manajerial	5	4%
• Profesional	5	4%
• Dosen	0	0
• PNS	6	4.8%
Kisaran Penghasilan Kotor Dalam Sebulan		
• Belum Berpenghasilan	52	41.9%
• < 1 juta	19	15.3%
• 1-2 juta	21	16.9%
• 2,1-3 juta	11	8.9%

• 3,1- 4 juta	7	5.6%
• 4,1-5 juta	6	4.8%
• > 5 juta	8	6.5%
Lokasi		
• Pulau Jawa	104	83.7%
• Pulau Kalimantan	5	4.1%
• Pulau Sumatra	12	9.8%
• Pulau Sulawesi	2	1.6%
• Pulau Papua	1	0.8%

Sumber: Data diolah (2021)

4.1.2 Deskriptif Variabel

Pada bagian deskriptif variabel berisikan penjelasan terkait analisis dari masing-masing hasil deskriptif pada setiap variabel penelitian. Hasil deskriptif dari masing-masing variabel ialah norma subjektif terhadap LinkAja Syariah, persepsi kegunaan terhadap LinkAja Syariah, persepsi kemudahan terhadap LinkAja Syariah, serta niat menggunakan terhadap LinkAja Syariah. Guna menganalisis hasil deskriptif dari masing-masing variabel penelitian tersebut, maka diperlukan skala deskriptif seperti pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2. Skala Deskriptif Variabel

Interval	Kategori
1.00 - 1.80	Sangat Tidak Setuju
1.81 - 2.60	Tidak Setuju

Interval	Kategori
2.61 - 3.40	Netral
3.41 - 4.20	Setuju
4.21 - 5.00	Sangat Setuju

4.1.2.1. Deskriptif Variabel Norma Subjektif Terhadap LinkAja Syariah

Seperti pada tabel 4.3, dapat dilihat bahwa responden pada penelitian ini tidak setuju terkait mayoritas orang yang dikenal menggunakan dompet digital Syariah (mean = 2.363). Selain itu, responden juga tidak setuju terkait item mayoritas orang yang dikenal berfikir bahwa saya harus menggunakan dompet digital Syariah (mean= 2.339). Responden juga tidak setuju dengan item orang yang penting bagi responden, mempengaruhi keputusan responden untuk menggunakan dompet digital Syariah (mean = 2.347). Akan tetapi, pada item mayoritas orang yang dikenal akan setuju jika saya menggunakan dompet digital Syariah (mean = 2.839) responden cenderung netral. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan responden bahwa mayoritas responden tidak setuju terhadap item terkait norma subjektif.

Tabel 4. 3. Deskriptif Variabel Norma Subjektif Terhadap LinkAja Syariah

No	Item	Mean	Kategori
1	Mayoritas orang yang saya kenal menggunakan dompet digital Syariah	2.363	Tidak Setuju

No	Item	Mean	Kategori
2	Mayoritas orang yang saya kenal akan setuju jika saya menggunakan dompet digital Syariah	2.839	Netral
3	Mayoritas orang yang saya kenal berfikir bahwa saya harus menggunakan dompet digital Syariah	2.339	Tidak Setuju
4	Orang yang penting bagi saya, mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan dompet digital Syariah	2.347	Tidak Setuju

Sumber: Data diolah (2021)

4.1.2.2. Deskriptif Persepsi Kegunaan Terhadap LinkAja Syariah

Pada tabel 4.4 di bawah ini yakni berisikan item-item persepsi kegunaan terhadap LinkAja Syariah bahwa secara keseluruhan responden merespon netral item-item dari persepsi kegunaan tersebut. Pada item pertama, dompet digital Syariah membantu transaksi pembayaran dengan lebih cepat (mean = 3.242) yang artinya responden netral pada item ini. Responden juga netral dengan item dompet digital Syariah membantu meningkatkan kualitas dalam transaksi pembayaran (mean = 3.185). Selain itu, responden netral dengan item dompet digital Syariah membantu meningkatkan produktivitas dalam transaksi pembayaran (mean = 3.218) serta juga merespon netral item dompet digital Syariah membantu meningkatkan efektivitas dalam transaksi pembayaran (mean = 3.290).

Tabel 4. 4. Deskriptif Persepsi Kegunaan Terhadap LinkAja Syariah

No	Item	Mean	Kategori
1	Dompot digital Syariah membantu transaksi pembayaran dengan lebih cepat.	3.242	Netral
2	Dompot digital Syariah membantu meningkatkan kualitas dalam transaksi pembayaran	3.185	Netral
3	Dompot digital Syariah membantu meningkatkan produkivitas dalam transaksi pembayaran	3.218	Netral
4	Dompot digital Syariah membantu meningkatkan efektivitas dalam transaksi pembayaran	3.290	Netral

Sumber: Data diolah (2021)

4.1.2.3. Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Menggunakan Terhadap LinkAja Syariah

Pada item persepsi kemudahan menggunakan, didapati responden pada item ini sama seperti pada item persepsi kegunaan yakni seluruh responden merespon netral item ini. Item mempelajari menggunakan dompet digital Syariah itu mudah direspon netral oleh responden (mean = 3.315). Responden merespon netral ketiga item lainnya yakni item terampil dalam menggunakan Dompot digital syariah itu mudah (mean = 3.347), item menggunakan dompet digital Syariah itu

mudah (mean = 3.306) dan juga item penggunaan dompet digital Syariah jelas dan dapat dimengerti (mean = 3.282).

Tabel 4. 5. Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Menggunakan Terhadap LinkAja Syariah

No	Item	Mean	Kategori
1	Mempelajari menggunakan dompet digital Syariah itu mudah	3.315	Netral
2	Terampil dalam menggunakan Dompet digital syariah itu mudah	3.347	Netral
3	Menggunakan dompet digital Syariah itu mudah	3.306	Netral
4	Penggunaan dompet digital Syariah jelas dan dapat dimengerti	3.282	Netral

Sumber: Data diolah (2021)

4.1.2.4. Deskriptif Variabel Niat Menggunakan Terhadap LinkAja Syariah

Item terakhir yakni niat menggunakan terhadap LinkAja Syariah yang mana mayoritas responden merespon netral dan tidak setuju item-item tersebut. Dapat dilihat pada item niat menggunakan dompet digital Syariah (mean = 2.734) yang artinya responden netral pada item ini. Responden tidak setuju terkait item niat untuk rutin menggunakan dompet digital Syariah (mean = 2.573). Pada item akan selalu mencoba untuk menggunakan dompet digital Syariah (mean = 2.766) responden netral, serta responden menjawab tidak setuju pada item niat untuk

meningkatkan penggunaan dompet digital syariah di masa mendatang (mean = 2.605).

Tabel 4. 6. Deskriptif Variabel Niat Menggunakan Terhadap LinkAja Syariah

No	Item	Mean	Kategori
1	Saya berniat menggunakan dompet digital Syariah	2.734	Netral
2	Saya berniat untuk rutin menggunakan dompet digital Syariah	2.573	Tidak Setuju
3	Saya akan selalu mencoba untuk menggunakan dompet digital Syariah	2.766	Netral
4	Saya berniat untuk meningkatkan penggunaan dompet digital syariah di masa mendatang	2.605	Tidak Setuju

Sumber: Data diolah (2021)

4.1.3 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pada penelitian ini pengukuran yang dilakukan yakni dengan menguji validitas dan reliabilitas dari masing-masing variabel, yaitu norma subjektif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan, dan niat menggunakan. Responden yang digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas pada semua variabel ialah sebanyak 124 orang, kemudian diolah menggunakan SmartPLS.

4.1.3.1 Uji Validitas

Dalam uji validitas terdapat dua jenis yakni, uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. Uji validitas konvergen berguna untuk melihat hasil penelitian, apakah sebuah penelitian dapat dinyatakan valid secara konvergen maupun tidak valid. *Outer Loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE) merupakan dua hal penting yang perlu diperhatikan saat melakukan uji validitas konvergen. Berdasarkan Hair et al (2017) jika nilai *Average Variance Extracted* (AVE) minimal 0,50 maka hasil penelitian dapat dinyatakan valid. Hasil dari outer loading dapat dilihat pada tabel 4.7:

Tabel 4. 7. Tabel *Outer Loading*

	Niat Menggunakan	Norma Subjektif	Persepsi Kegunaan	Persepsi Kemudahan Menggunakan
INT.1	0.964			
INT.2	0.973			
INT.3	0.955			
INT.4	0.951			
PEOU.1				0.944
PEOU.2				0.932
PEOU.3				0.960
PEOU.4				0.967
PU.1			0.961	
PU.2			0.965	
PU.3			0.980	
PU.4			0.982	
SN.2		0.828		

SN.3		0.929		
SN.4		0.828		
SN.1		0.738		

Sumber: Data diolah (2021)

Pada tabel 4.7 bahwa nilai dari setiap variabel sudah lebih dari 0,50 sehingga jika dilihat dari *outer loading*nya hasil penelitian ini dikatakan valid. Contohnya pada variabel INT 1 sampai dengan INT 4 yang hasilnya berada di atas 0,90. Sama halnya juga dengan variabel lainnya seperti PU, PEOU, dan SN yang hasilnya lebih dari 0,50. Maka kesimpulannya, semua variabel pada penelitian ini valid.

Tabel 4. 8. *Average Variance Extracted*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Niat Menggunakan	0.923
Norma Subjektif	0.695
Persepsi Kegunaan	0.945
Persepsi Kemudahan Menggunakan	0.904

Sumber: Data diolah (2021)

Untuk uji validitas diskriminan, pengujian ini dilakukan dengan cara menganalisis nilai dari seluruh item variabel. Jika nilai suatu variabel ($>0,50$), maka variabel dapat dikatakan valid secara diskriminan. Pada tabel AVE di atas, hasil nilai rata-rata sudah lebih besar dari 0,50.

Tabel 4. 9. Hasil Validitas Diskriminan

	Niat Menggunakan	Norma Subjektif	Persepsi Kegunaan	Persepsi Kemudahan Menggunakan
Niat Menggunakan	0.961			
Norma Subjektif	0.776	0.833		
Persepsi Kegunaan	0.701	0.726	0.972	
Persepsi Kemudahan Menggunakan	0.680	0.664	0.049	0.951

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel yang menunjukkan hasil validitas diskriminan diatas, hasil dari setiap item variabel mempunyai nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai variabel yang berada dibawahnya. Misalnya seperti nilai dari item niat menggunakan (0.961) lebih besar dibanding dengan nilai item norma subjektif yang berada di baris bawahnya (0.776). Kemudian pada item persepsi kegunaan (0.701) lebih besar dari nilai item persepsi kemudahan menggunakan (0.680). Hasil uji validitas diskriminan tersebut menunjukkan hasil item atasnya lebih besar dari item baris bawahnya, sehingga variabel pada penelitian ini merupakan validitas diskriminan yang baik/bagus.

4.1.3.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini juga dilakukan uji reliabilitas yang dapat diukur dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* dan nilai *Composite Reliability* > 0.70, maka suatu variabel dapat dinilai reliabel. Pada tabel 5.0 setiap variabel ialah reliabel karena masing-masing variabel sudah memenuhi nilai *Cronbach's Alpha*. Seperti pada niat menggunakan (0,972), norma subjektif (0.852), persepsi kegunaan (0,981) serta persepsi kemudahan menggunakan (0,965). Hasil *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut:

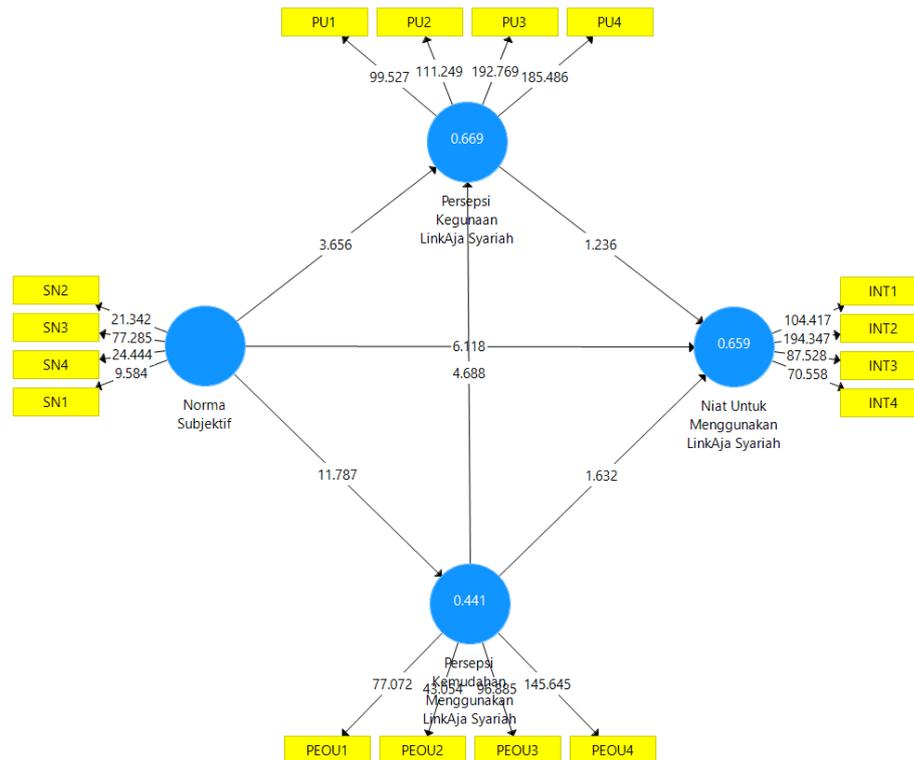
Tabel 4. 10. *Cronbach's Alpha* dan *Composiite Reliability*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Niat Menggunakan	0.972	0.980
Norma Subjektif	0.852	0.900
Persepsi Kegunaan	0.981	0.986
Persepsi Kemudahan Menggunakan	0.965	0.974

Sumber: Data diolah (2021)

4.1.4 Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Pada penelitian ini juga dilakukan uji model struktural atau juga disebut *inner model* yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel. Untuk pengujian model struktural dilakukan dengan menganalisis nilai dari *R-square* (R^2) untuk variabel dependen. Adapun untuk variabel independen dengan menguji dari koefisien jalur (*path coefficient*). Untuk model struktural penelitian ini dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut:



Gambar 4. 1. Hasil Pengujian *Inner Model*

4.1.4.1 Uji Kolinearitas

Pada uji kolinearitas dalam konteks PLS-SEM, masalah kolinearitas akan muncul jika nilai toleransi 0.20 atau lebih rendah dari VIF 5. Berdasarkan Hair et al (2017) apabila tingkat kolinearitas sangat tinggi, maka harus dipertimbangkan untuk menghapus yang sesuai indikator. Adapun dapat dilihat pada tabel di bawah ini variabel niat menggunakan tidak memiliki hubungan dengan variabel lain seperti variabel norma subjektif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan. Hubungan lainnya yakni hubungan variabel norma subjektif dan niat menggunakan memiliki nilai 2.255. Variabel persepsi kegunaan dan niat menggunakan memiliki nilai 3.018, juga variabel persepsi kemudahan

menggunakan dan niat menggunakan memiliki nilai 2.552. Kemudian variabel norma subjektif dan persepsi kemudahan menggunakan memiliki nilai 1.000. Hasil uji kolinearitas yang lebih rinci dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4. 11. Uji Kolinearitas

	Niat Menggunakan	Norma Subjektif	Persepsi Kegunaan	Persepsi Kemudahan Menggunakan
Niat Menggunakan				
Norma Subjektif	2.255		1.790	1.000
Persepsi Kegunaan	3.018			
Persepsi Kemudahan Menggunakan	2.552		1.790	

Sumber: Data diolah (2021)

4.1.4.2 Koefisien Determinasi (*R-Square*)

R-square merupakan alat statistik yang berfungsi untuk mengukur tingkat keberhasilan model regresi yang digunakan dalam memprediksi nilai variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan sejauh mana variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat. Nilai pada R^2 berkisar dari 0 sampai 1. Jika nilai koefisien determinasi kecil maka kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen terbatas. Apabila nilai mendekati satu dapat diartikan variabel independen mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen. Hasil *R-Square* dapat dilihat pada tabel 4.12 dibawah ini:

Tabel 4. 12. Hasil *R-Square*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Niat Menggunakan	0.659	0.651
Persepsi Kegunaan	0.669	0.663
Persepsi Kemudahan Menggunakan	0.441	0.437

Sumber: Data diolah (2021)

Pada tabel 4.12 dapat dilihat bahwa variabel niat menggunakan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan menggunakan memiliki nilai *R-Square* masing-masing senilai 0.659, 0.669, dan 0.441. Adapun dari hasil-hasil tersebut dapat diartikan variabel niat menggunakan dijelaskan sebesar 66%, yang mana sisanya sebesar 34% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Kemudian, variabel persepsi kegunaan dijelaskan sebesar 67% dengan sisa 33% variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Serta juga, variabel persepsi kemudahan menggunakan yang dijelaskan sebesar 40%, sisanya sebesar 60% variabel lain yang dapat menjelaskan variabel persepsi kemudahan menggunakan.

4.1.4.3 *Predictive Relevance (Q Square)*

Q^2 merupakan ukuran indikator kekuatan prediksi atau *pra -sampel model* relevansi prediktif. Ketika model jalur PLS menunjukkan relevansi prediktif, hal ini secara akurat memprediksi data yang tidak digunakan dalam estimasi model. Dalam model struktural, Hair et al (2017) menyatakan bahwa nilai $Q^2 (> 0)$ untuk refleksi tertentu variabel laten endogen yang menunjukkan prediksi model jalur relevansi untuk konstruk dependen tertentu. Hasil *Q-Square* dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut:

Tabel 4. 13. Hasil *Q-Square*

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Niat Menggunakan	496.000	198.609	0.600
Norma Subjektif	496.000	496.000	0
Persepsi Kegunaan	496.000	185.056	0.627
Persepsi Kemudahan Menggunakan	496.000	300.238	0.395

Sumber: Data diolah (2021)

Pada tabel 4.13 dapat dilihat, variabel niat menggunakan memiliki *Q-Square* 0.600, persepsi kegunaan dengan 0.627, serta persepsi kemudahan menggunakan senilai 0.395. Adapun pada variabel norma subjektif bernilai 0, hal ini normal karena variabel norma subjektif merupakan variabel independen.

4.1.4.4 Koefisiensi Jalur (Pengujian Hipotesis)

Tabel 4. 14. Koefisien Jalur

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistic (O/STDV)</i>	<i>P Values</i>	Kesimpulan
SN -> INT	0.515	6.118	0.000	H1 didukung
SN -> PU	0.393	3.656	0.000	H2 didukung
SN -> PEOU	0.664	11.787	0.000	H3 didukung
PU -> INT	0.167	1.236	0.217	H4 tidak didukung
PEOU -> INT	0.210	1.632	0.103	H5 tidak didukung
PEOU -> PU	0.502	4.688	0.000	H6 didukung

Sumber: Data diolah (2021)

Catatan: SN = Norma Subjektif; INT = Niat Menggunakan; PU = Persepsi Kegunaan; PEOU = Persepsi Kemudahan Menggunakan

Pada tabel 4.14 dapat disimpulkan bahwa sebanyak empat dari enam hipotesis ialah didukung. Pengujian tersebut menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat menggunakan. Norma subjektif juga memiliki hubungan positif terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Ketiga hubungan jalur tersebut dapat diartikan, semakin tinggi norma subjektif atau pengaruh lingkungan sekitar dalam menggunakan dompet digital dalam konteks LinkAja Syariah, maka semakin besar pula dampak variabel tersebut dalam mempengaruhi niat menggunakan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan menggunakan LinkAja Syariah. Adapun hasil H1 yakni norma subjektif secara positif memengaruhi niat menggunakan. Sebaliknya, persepsi kegunaan tidak secara signifikan memengaruhi niat menggunakan, serta persepsi kemudahan menggunakan secara tidak signifikan memengaruhi persepsi kegunaan karena nilai T nya kurang dari 1,96 serta nilai P lebih besar dari 0,05. Oleh sebab itu, hasil H4 dan H5 tidak didukung.

4.2 PEMBAHASAN

4.2.1 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Menggunakan LinkAja Syariah

Berdasarkan hasil pada tabel 4.14 koefisien jalur ditemukan bahwa hubungan antara variabel norma subjektif dan niat menggunakan ialah didukung. Hubungan antara keduanya positif, yang mana norma subjektif memengaruhi secara positif terhadap niat konsumen non-Muslim untuk menggunakan LinkAja Syariah. Hasil tersebut selaras dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan

oleh Aji et al (2020). Pada konteks *e-money* atau uang elektronik, Aji menemukan bahwa hubungan antara norma subjektif dan niat menggunakan terbukti positif.

Apabila dikaitkan dengan profil responden, pada penelitian ini usia responden didominasi oleh usia dewasa. Usia yang mendominasi yakni usia <20 tahun sebanyak 25 orang (20.2%), usia 20-30 tahun sebanyak 95 orang (76.6%) dari total 124 responden. Responden juga didominasi oleh mahasiswa. Dilihat dari usia dan pekerjaan yang mendominasi tersebut wajar jika norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan. Hal ini dikarenakan, didominasi oleh mahasiswa sehingga sebagian besar masih sangat dipengaruhi oleh lingkungan, terlebih dalam konteks norma subjektif terhadap niat menggunakan. Responden dengan kisaran usia yang mendominasi tersebut biasanya dalam menggunakan sesuatu dikarenakan oleh rekomendasi keluarga, teman, ataupun kerabat dekat lainnya. Ketika responden mendapatkan rekomendasi dari kerabat terdekatnya maka akan memunculkan niat untuk menggunakan LinkAja Syariah.

Hasil dari hubungan positif antara norma subjektif terhadap niat menggunakan juga didukung dengan fenomena pada awal pandemi, seperti misalnya fenomena *panic buying* masker, *handsanitizer*, serta bahan makanan pada saat akan diberlakukan *lockdown*. Masyarakat pun sangat dipengaruhi lingkungan sekitarnya, dimana hal tersebut membuat sebagian besar masyarakat ikut membeli barang-barang tersebut. Kekhawatiran kelangkaan produk yang dibeli oleh masyarakat tertentu membuat seluruh lingkungan sekitarnya pun turut memiliki niat membeli produk-produk tersebut.

4.2.2 Pengaruh Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Persepsi Kegunaan LinkAja Syariah

Menurut hasil T-statistik pada tabel 4.14, hubungan norma subjektif dan persepsi kegunaan didapati hasil yang didukung sehingga dapat diartikan norma subjektif memengaruhi persepsi kegunaan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu Aji et al (2020) yang mendapati norma subjektif secara positif memengaruhi persepsi kegunaan. Hasil ini juga mendukung hasil penelitian Daragmeh et al (2021) yang menemukan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.

Hasil tersebut dapat diartikan bahwa orang lain dapat memiliki peran penting dalam membentuk persepsi individu lainnya. Dalam konteks persepsi kegunaan LinkAja Syariah, konsumen cenderung memperhatikan atau peduli terhadap kegunaan LinkAja Syariah. Hal ini disebabkan oleh masyarakat cenderung menggunakan suatu sistem karena kegunaannya. Pada saat orang terdekat atau orang lain disekitarnya mengatakan bahwa kegunaan LinkAja Syariah sangat beragam dan bermanfaat maka hal tersebut dapat menimbulkan persepsi kegunaan dari individu lainnya. Sehingga variabel norma subjektif tersebut memengaruhi terhadap persepsi kegunaan LinkAja Syariah. Berdasarkan profil responden yang didominasi usia 20-30 sebanyak 76.6%, dimana dalam penggunaan suatu sistem pada usia tersebut dipengaruhi oleh teman dekat, maupun lingkungan sekitarnya.

4.2.3 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Persepsi Kemudahan Menggunakan LinkAja Syariah

Berdasarkan hasil pada uji koefisien jalur tabel 4.14, hubungan variabel norma subjektif terhadap persepsi kemudahan menggunakan didapati hasil didukung jika dilihat dari hasil T-statistik. Hal tersebut dapat diartikan norma subjektif memengaruhi persepsi kemudahan menggunakan. Selaras dengan penelitian sebelumnya yang ditemukan oleh Aji et al (2020) mendapati hasil yakni norma subjektif memiliki pengaruh positif persepsi kemudahan menggunakan dalam konteks niat menggunakan uang elektronik. Adapun hasil lain yang ditemukan oleh Baki et al (2018) dalam meta-analisis yang dilakukan mereka mendapati hasil bahwa norma subjektif secara positif memengaruhi persepsi kemudahan menggunakan.

Pada temuan ini ditemukan hubungan norma subjektif memengaruhi terhadap persepsi kemudahan menggunakan. Menurut penulis, persepsi kemudahan menggunakan dipengaruhi oleh norma subjektif. Hal ini dikarenakan penggunaan dompet digital sendiri tengah populer di Indonesia khususnya dimasa pandemi seperti saat ini. Kemudahan menggunakan dompet digital untuk transaksi sehari-hari telah mendukung gerakan *physical distancing* yang diberlakukan oleh pemerintah dimasa pandemi.

4.2.4 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Menggunakan LinkAja Syariah

Pada hasil hubungan antara variabel persepsi kegunaan dan niat menggunakan mendapati hubungan yang tidak didukung. Hasil T-statistik tersebut menunjukkan bahwa hubungan variabel persepsi kegunaan dan niat menggunakan

ialah saling memengaruhi secara positif namun tidak signifikan. Adapun temuan ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji et al (2020) mendapati hubungan persepsi kegunaan berdampak positif signifikan terhadap niat menggunakan dalam konteks uang elektronik.

Berdasarkan hasil deskriptif persepsi kegunaan, hasil dari responden didominasi dengan kategori netral. Hasil rata-rata menunjukkan nilai yang cenderung netral namun tergolong rendah. Rata-rata setiap item variabel persepsi kegunaan bernilai 3.242, 3.185, 3.218, dan 3.290. Apabila dilihat dari hasil rata-rata pada deskriptif niat untuk menggunakan, responden cenderung tidak setuju pada item ini. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden masih ragu-ragu terhadap persepsi kegunaan untuk menggunakan LinkAja Syariah.

Menurut penulis, perbedaan hasil temuan antara hubungan persepsi kegunaan dan niat menggunakan tidak didukung disebabkan perbedaan konteks. Dalam konteks niat menggunakan LinkAja Syariah oleh responden non-Muslim tidak didukung oleh persepsi kegunaan. Hal ini mungkin berkaitan dengan persepsi bahwa hal yang berbau Syariah itu dikhususkan untuk Muslim. Berdasarkan persepsi bahwa layanan Syariah hanya dikhususkan oleh Muslim sehingga persepsi kegunaan LinkAja Syariah ini tentu saja tidak terlalu dirasakan oleh non-Muslim. Mereka beranggapan bahwa fitur-fitur layanan Syariah ini tidak ada kaitannya dengan non-Muslim. Hal tersebut menjadikan hubungan antara persepsi kegunaan dan niat menggunakan ditemukan tidak didukung.

4.2.5. Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan Terhadap Niat Menggunakan LinkAja Syariah

Berdasar kolom T-statistik, hubungan persepsi kemudahan menggunakan dan variabel niat menggunakan ditemukan tidak didukung. Variabel persepsi kemudahan menggunakan dinyatakan memengaruhi secara positif namun tidak signifikan terhadap variabel niat. Temuan penulis bertolak belakang dengan temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Leong et al (2021) yang mendapati temuan persepsi kemudahan menggunakan memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap niat untuk menggunakan *m-payment*. Namun, temuan Kalinic et al (2020) menghasilkan hasil hubungan yang berbeda. Mereka menemukan bahwa persepsi kemudahan menggunakan tidak memiliki dampak signifikan pada niat untuk menggunakan pada kedua kelompok yang diamati.

Apabila dilihat berdasar hasil deskriptif persepsi kemudahan menggunakan, mayoritas jawaban responden masuk pada kategori netral. Dalam tabel deskriptif variabel, nilai rata-rata item persepsi kemudahan menggunakan bernilai 3.315, 3.347, 3.306, dan 3.282. Sama halnya dengan variabel persepsi kegunaan, dimana responden juga netral terhadap item-item persepsi kegunaan. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden masih ragu-ragu terhadap persepsi kemudahan menggunakan LinkAja Syariah.

Pada penelitian ini variabel persepsi kemudahan menggunakan memengaruhi secara positif namun tidak signifikan terhadap variabel niat untuk menggunakan dikarenakan, kemudahan menggunakan saja tidak ada gunanya kecuali kemudahan tersebut memberikan nilai yang signifikan bagi penggunanya.

Terlebih dalam konteks LinkAja Syariah, dimana sebagian besar atau mayoritas non-Muslim beranggapan bahwa layanan Syariah hanya diperuntukkan untuk Muslim sehingga jika kemudahan menggunakan ini hanya standar seperti layanan dompet digital lainnya maka non-Muslim cenderung akan memilih layanan dompet digital yang tidak Syariah.

4.2.6. Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan Terhadap Persepsi Kegunaan LinkAja Syariah

Hasil uji koefisien jalur yang terakhir yakni hubungan antara persepsi kemudahan menggunakan terhadap persepsi kegunaan. Seperti dapat dilihat pada kolom T-statistik, hubungan variabel tersebut didukung. Variabel persepsi kemudahan menggunakan dinyatakan memengaruhi variabel persepsi kegunaan. Temuan ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aji et al (2019) yang menemukan persepsi kemudahan menggunakan memengaruhi persepsi kegunaan dalam konteks uang elektronik.

Pada penelitian ini variabel persepsi kemudahan menggunakan memengaruhi variabel persepsi kegunaan dikarenakan, ketika tingkat kemudahan menggunakan LinkAja Syariah itu tinggi maka hal ini dapat memicu tingkat persepsi kegunaan yang dirasakan. Menurut penulis, kegunaan suatu sistem dapat dirasakan jika pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan suatu sistem tersebut. Hal tersebut dapat disimpulkan persepsi kemudahan menggunakan memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa terkait niat konsumen non-Muslim untuk menggunakan layanan dompet digital LinkAja Syariah. Kesimpulan ini disusun atas dasar rumusan masalah penelitian yang telah ditulis pada BAB I. Penulis menyimpulkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan LinkAja Syariah.
2. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan LinkAja Syariah.
3. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan menggunakan LinkAja Syariah.
4. Persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan LinkAja Syariah.
5. Persepsi kemudahan menggunakan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan LinkAja Syariah.
6. Persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan LinkAja Syariah.

5.2 MANFAAT DAN IMPLIKASI PENELITIAN

Pada penelitian dilakukan untuk mengimplementasikan materi khususnya terkait pemasaran. Adapun hasil dari penelitian skripsi ini dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan pihak LinkAja Syariah.

Berdasarkan hasil pada penelitian yang sudah dilakukan, didapati norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat menggunakan, persepsi kegunaan, serta persepsi kemudahan menggunakan. Selain itu juga persepsi kemudahan menggunakan ditemukan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan LinkAja Syariah. Akan tetapi ditemukan juga bahwa hubungan persepsi kegunaan dan persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan tidak didukung. Hal tersebut dapat diartikan bahwa responden non-Muslim sulit dijadikan pangsa pasar oleh LinkAja Syariah. Oleh sebab itu, pihak LinkAja Syariah dapat membuat hal yang dapat meningkatkan niat menggunakan konsumen non-Muslim. Pihak LinkAja Syariah juga perlu meningkatkan kemudahan menggunakan LinkAja Syariah secara signifikan. Penulis menyarankan agar LinkAja Syariah dapat membuka layanan pembayaran internasional. Adanya dompet digital dengan layanan pembayaran internasional tersebut diharapkan dapat menarik konsumen non-Muslim dalam menggunakan LinkAja Syariah.

5.3 KETERBATASAN PENELITIAN

Pada penelitian ini memiliki keterbatasan pada proporsi responden dari penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner penelitian ini, mayoritas berasal dari pulau Jawa sehingga dirasa kurang. Selain itu proporsi responden juga didominasi oleh usia 21-30 tahun.

Keterbatasan lain pada penelitian ini yakni pada item pengukuran hasil R-square, variabel kemudahan menggunakan hanya dijelaskan sebesar 44.1% oleh variabel norma subjektif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel norma subjektif belum cukup menjelaskan variabel kemudahan menggunakan. Terdapat sebanyak 55.9% variabel lain yang bisa menjelaskan persepsi kemudahan menggunakan.

5.4 SARAN UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA

Pada penelitian ini responden didominasi oleh usia 20-30 tahun serta daerah asal didominasi Pulau Jawa. Pada penelitian berikutnya saran dari penulis ialah kriteria responden dapat diperluas dan penyebaran kuesioner lebih merata.

Saran untuk penelitian yang akan datang diharapkan dapat mengembangkan model penelitian ini dengan konteks yang berbeda atau dapat menggunakan konteks ini namun dengan menambahkan variabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F., Ward, R., & Ahmed, E. (2016). Investigating the influence of the most commonly used external variables of TAM on students' Perceived Ease of Use (PEOU) and Perceived Usefulness (PU) of e-portfolios. *Computers in Human Behavior*, *63*, 75–90. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.014>
- Aji, H. M., Berakon, I., Muafi, & Kholid, M. N. (2019). The Moderating Role of Knowledge about Riba on Intention to Use E-Money: Findings from Indonesia. *2019 IEEE 6th International Conference on Industrial Engineering and Applications, ICIEA 2019*, 588–593. <https://doi.org/10.1109/IEA.2019.8714982>
- Aji, H. M., Berakon, I., & Riza, A. F. (2020). The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, *12*(6), 1180–1196. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>
- Aji, H. M., & Dharmmesta, B. S. (2019). Subjective norm vs dogmatism: Christian consumer attitude towards Islamic TV advertising. *Journal of Islamic Marketing*, *10*(3), 961–980. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2017-0006>
- Al-Swidi, A., Huque, S. M. R., Hafeez, M. H., & Shariff, M. N. M. (2014). The role of subjective norms in theory of planned behavior in the context of organic food consumption. *British Food Journal*, *116*(10), 1561–1580. <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2013-0105>

- Alam, S. S., Janor, H., Zanariah, Wel, C. A. C., & Ahsan, M. N. (2012). Is Religiosity an important factor in influencing the intention to undertake Islamic home financing in Klang Valley? *World Applied Sciences Journal*, 19(7), 1030–1041. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2012.19.07.392>
- Ayudya, A. C., & Wibowo, A. (2018). The Intention to Use E-Money using Theory of Planned Behavior and Locus of Control. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 335–349. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i2.1691>
- Baki, R., Birgoren, B., & Aktepe, A. (2018). A meta analysis of factors affecting perceived usefulness and perceived ease of use in the adoption of E-Learning systems. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 19(4), 4–42. <https://doi.org/10.17718/tojde.471649>
- Bank Indonesia. (2016). *Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran*. 236, 1–27.
- Beritalima. (2020). *Perkembangan Teknologi E-Wallet di Indonesia, Sudah Sampai Mana?* <https://beritalima.com/perkembangan-teknologi-e-wallet-di-indonesia-sudah-sampai-mana/>
- Buabeng-Andoh, C. (2018). Predicting students' intention to adopt mobile learning. *Journal of Research in Innovative Teaching & Learning*, 11(2), 178–191. <https://doi.org/10.1108/jrit-03-2017-0004>
- Creswell, J. C. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches 3rd ED*. SAGE Publications Inc. https://library.fbe.uui.ac.id/index.php?p=show_detail&id=5134&keywords=q

uantitative

- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100574. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- de Luna, I. R., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting and Social Change*, 146(September), 931–944. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.018>
- Dewi, N., & Warmika, I. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *None*, 5(4), 251442.
- Fintechnesia. (2021). *Penggunaan E-Wallet Semakin Meningkat*. <https://fintechnesia.com/2021/07/31/penggunaan-e-wallet-semakin->

meningkat/

Fishbein, Martin & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.

<https://people.umass.edu/aizen/f&a1975.html>

Flavian, C., Guinaliu, M., & Lu, Y. (2020). Mobile payments adoption – introducing mindfulness to better understand consumer behavior.

International Journal of Bank Marketing, 38(7), 1575–1599.

<https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2020-0039>

Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of marketing research. Advances Methods of Marketing Research*, 18(3), 382-388.

Fusilier, M., & Durlabhji, S. (2005). An exploration of student internet use in India: The technology acceptance model and the theory of planned behaviour. *Campus-Wide Information Systems*, 22(4), 233–246.

<https://doi.org/10.1108/10650740510617539>

Gefen, D., & Straub, D. (2005). A Practical Guide To Factorial Validity Using PLS-Graph: Tutorial And Annotated Example. *Communications of the Association for Information Systems*, 16(July).

<https://doi.org/10.17705/1cais.01605>

Ghozali, I. (2005). *Analisis Multivariate dengan SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.

https://library.fbe.uui.ac.id/index.php?p=show_detail&id=3853&keywords=g

hozali

- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Rigorous Applications, Better Results and Higher Acceptance. *Long Range Planning*, 46(1–2), 1–12.
<https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.001>
- Hamid, A. A., Razak, F. Z. A., Bakar, A. A., & Abdullah, W. S. W. (2016). The Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Continuance Intention to Use E-Government. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 644–649. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00079-4](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00079-4)
- Hapsari, F. T., & Beik, I. S. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta. *Al-Muzara'ah*, 2(1), 75–94. <https://doi.org/10.29244/jam.2.1.75-94>
- Hartono M, J. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis; Salah Kaprah Dan Pengalaman - Pengalaman*. BPFE - Yogyakarta.
https://library.fbe.uii.ac.id/index.php?p=show_detail&id=5261&keywords=jogiyanto
- Icek Ajzen. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- Ipsos. (2020). *Ipsos Media Conference - Strategi Menang Tanpa Bakar Uang*.
<https://www.ipsos.com/en-id/ipsos-media-conference-strategi-menang-tanpa-bakar-uang>
- Jing, P., Huang, H., Ran, B., Zhan, F., & Shi, Y. (2019). Exploring the factors affecting mode choice intention of autonomous vehicle based on an extended

theory of planned behavior-A case study in China. *Sustainability (Switzerland)*, 11(4), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su11041155>

Kabir, S. M. S. (2016). Sample and sampling designs. *Fundamentals of Research Methodology and Statistics*, July 2016, 323.

Kalinić, Z., Liébana-Cabanillas, F. J., Muñoz-Leiva, F., & Marinković, V. (2020). The moderating impact of gender on the acceptance of peer-to-peer mobile payment systems. *International Journal of Bank Marketing*, 38(1), 138–158. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2019-0012>

Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(2), 1–8.

Leong, C. M., Tan, K. L., Puah, C. H., & Chong, S. M. (2021). Predicting mobile network operators users m-payment intention. *European Business Review*, 33(1). <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2019-0263>

LinkAja. (2020). *LinkAja Luncurkan Layanan Syariah Pertama di Indonesia*. <https://www.linkaja.id/artikel/linkaja-luncurkan-layanan-syariah-pertama-di-indonesia>

LinkAja. (2021). *Cara Pakai LinkAja*. <https://www.linkaja.id/cara-pake>

Ooi, K. B., & Tan, G. W. H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. *Expert Systems with Applications*, 59, 33–46.

<https://doi.org/10.1016/j.eswa.2016.04.015>

- Park, N., Rhoads, M., Hou, J., & Lee, K. M. (2014). Understanding the acceptance of teleconferencing systems among employees: An extension of the technology acceptance model. *Computers in Human Behavior*, 39, 118–127. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.048>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>
- Rakhmawati, S., & Isharijadi, I. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 2(2), 71. <https://doi.org/10.25273/jap.v2i2.1200>
- Ramadhan, R., & Herianingrum, S. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan,

Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 4(6), 478. <https://doi.org/10.20473/vol4iss20176pp478-492>

Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences*. <https://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=US201300527436>

Rui-Hsin, K., & Lin, C.-T. (2018). The usage intention of e-learning for police education and training. *Policing: An International Journal of Police Strategies & Management*, 30(4), 672–691. <https://doi.org/10.1108/pijpsm-10-2016-0157>

Sarstedt, M., & Christian M. Ringle, and J. F. H. (2017). Partial least squares structural equation modeling with R. In *Practical Assessment, Research and Evaluation* (Vol. 21, Issue 1).

Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>

Sekaran, Uma & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A skill-building approach (7th ed)*. John Wiley & Sons : Chichester. https://library.fbe.uui.ac.id/index.php?p=show_detail&id=3944&keywords=sakaran+bougie

Shukla, S. (2020). Concept of Population and Sample. *How to Write a Research*

Paper, June.

https://www.researchgate.net/publication/346426707_CONCEPT_OF_POPULATION_AND_SAMPLE

Singh, N., & Sinha, N. (2020). How perceived trust mediates merchant's intention to use a mobile wallet technology. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(July 2019), 101894.

<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101894>

Usman, O., Septianti, A., Susita, D., & Marsofiyati. (2021). The effect of computer self-efficacy and subjective norm on the perceived usefulness, perceived ease of use and behavioural intention to use technology. *IBIMA Business Review*, 2020. <https://doi.org/10.5171/2020.753259>

Venkatesh; Viaswanath, & Davis; Fred D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.

<https://www.jstor.org/stable/pdf/2634758.pdf>

Vicki G, Morwitz & Kurt P, M. (2020). Intentions. *Consumer Psychology*, 26–41. <https://doi.org/10.1002/arcp.1061>

Viranti, F. A., & Ginanjar, A. (2015). Influence of Facilities, Promotion, Product and Location Islamic Banking on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRIS. *The Journal of Tauhidinomics*, 1(1), 35–60.

Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter*

- *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68.

<https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>

Yahyapour, N. (2008). Determining factors affecting Internet to adopt banking recommender system. *Division of Industrial Marketing and E-Commerce, Master's Thesis*, 36, 31–48. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1022238/FULLTEXT01.pdf>

Zarrad, H., & Debabi, M. (2015). Analyzing the Effect of Electronic Word of Mouth on Tourists' attitude toward Destination and Travel Intention. *International Research Journal of Social Sciences*, 4(4), 53–60. www.isca.in

Zikmund, W.G., Babin, B.J., Carr, J.C., Griffin, M. (2009). *Business Research Methods*. https://library.fbe.uui.ac.id/index.php?p=show_detail&id=5081&keywords=Zikmund.

Zulkarnain, Z. K., & Alwie, A. F. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Sikap, Kontrol Prilaku , Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Bank Bumh Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(3), 617–631.

LAMPIRAN

Lampiran 1

1. TEMPLATE KUESIONER**Kuesioner Penelitian Skripsi**

**“Niat Konsumen Non-Muslim Dalam Menggunakan Dompot Digital Syariah:
Studi Pada LinkAja Syariah”**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA****UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA****2021**

SURAT PENGANTAR KUESIONER

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarohkatuh.

Perkenalkan saya, Intan Nurmalasari (18311498), Mahasiswi program studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia (UII). Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dibawah bimbingan Dosen Bpk. Hendy Mustiko Aji, dengan judul:

"Niat Non-Muslim Dalam Menggunakan Dompot Digital Syariah: Studi Pada Linkaja Syariah"

Saat ini dompet digital banyak digunakan mengingat adanya pandemi Covid-19, dimana masyarakat dituntut untuk menghindari kontak fisik. Dari sekian banyak dompet digital, hanya LinkAja yang meluncurkan layanan dompet digital syariah. LinkAja Syariah diluncurkan pada tanggal 14 April 2020. Layanan syariah identik dengan Muslim, namun dalam beberapa penelitian terdahulu terdapat non-Muslim yang juga menggunakan layanan syariah.

Tujuan skripsi ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang menyebabkan non-Muslim niat menggunakan LinkAja Syariah.

Kami mohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan persepsi pribadi. Perlu kami sampaikan bahwa data responden dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk penelitian akademik saja.

Atas perhatian dan bantuannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalam'ualaikum Warrohmatullohi Wabarohkatuh.

Intan Nurmalasari (18311498@students.uii.ac.id)

Hendy Mustiko Aji (hm.aji@uui.ac.id)



BAGIAN I. FILTER DAN DESKRIPTIF

Pertanyaan filter:

1. Agama:

- a. Islam
- b. Kristen
- c. Katholik
- d. Hindu
- e. Budha
- f. Konghucu

Pertanyaan Deskriptif

1. Jenis Kelamin

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

2. Status Pernikahan

- a. Menikah
- b. Belum menikah

3. Usia

- a. < 20 Tahun
- b. 20-30 Tahun
- c. 31-40 Tahun
- d. 41-50 Tahun
- e. >50 Tahun

4. Pendidikan

- a. Tidak sekolah
- b. SD
- c. SMP Sederajat
- d. SMA Sederajat
- e. Diploma
- f. S1 Sederajat
- g. S2 Sederajat
- h. S3 Sederajat

5. Pekerjaan

- a. Pelajar
- b. Mahasiswa
- c. Teknisi
- d. Wiraswasta
- e. Manajerial
- f. Profesional
- g. Dosen
- h. PNS

6. Kisaran Penghasilan Kotor Dalam Sebulan

- a. Belum berpenghasilan
- b. < 1 juta
- c. 1-2 juta
- d. 2,1 - 3 juta
- e. 3,1 - 4 juta

f. 4,1 - 5 juta

g. > 5 juta

7. Asal Daerah

- a. Pulau Jawa
- b. Pulau Kalimantan
- c. Pulau Sumatra
- d. Pulau Sulawesi
- e. Pulau Papua



BAGIAN II. VARIABEL

Petunjuk pengisian:

Isilah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan seksama, kemudian isilah dengan memilih skala 1- 5 di bawah ini dengan ketentuan sebagai berikut:

Keterangan:

1= Sangat Tidak Setuju (STS)

2= Tidak Setuju (TS)

3= Kurang Setuju (KS)

4= Setuju (S)

5= Sangat Setuju (SS)

NORMA SUBJEKTIF						
1	Mayoritas orang yang saya kenal menggunakan LinkAja Syariah	1	2	3	4	5
2	Mayoritas orang yang saya kenal akan setuju jika saya menggunakan LinkAja Syariah	1	2	3	4	5
3	Mayoritas orang yang saya kenal berfikir bahwa saya harus menggunakan LinkAja Syariah	1	2	3	4	5
4	Orang yang penting dalam hidup saya, mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan LinkAja Syariah	1	2	3	4	5
PERSEPSI KEGUNAAN						

1	LinkAja syariah membantu transaksi pembayaran dengan lebih cepat	1	2	3	4	5
2	LinkAja syariah membantu meningkatkan kualitas dalam transaksi pembayaran	1	2	3	4	5
3	LinkAja syariah membantu meningkatkan produktivitas dalam transaksi pembayaran	1	2	3	4	5
4	LinkAja syariah membantu meningkatkan efektivitas dalam transaksi pembayaran	1	2	3	4	5
PERSEPSI KEMUDAHAN MENGGUNAKAN						
1	Mempelajari cara menggunakan dompet digital Syariah itu mudah	1	2	3	4	5
2	Mudah untuk mendapatkan informasi tentang manfaat LinkAja Syariah	1	2	3	4	5
3	Menggunakan LinkAja Syariah itu mudah	1	2	3	4	5
4	Penggunaan LinkAja syariah jelas dan dapat dimengerti	1	2	3	4	5
NIAT MENGGUNAKAN						
1	Saya berniat menggunakan LinkAja Syariah	1	2	3	4	5
2	Saya berniat untuk rutin menggunakan LinkAja Syariah	1	2	3	4	5
3	Saya akan selalu mencoba untuk menggunakan LinkAja Syariah	1	2	3	4	5
4	Saya berniat untuk konsisten menggunakan LinkAja syariah dimasa mendatang	1	2	3	4	5

Pertanyaan Terbuka

Apakah punya saran dan masukan yang membangun untuk kuesioner ini?

(opsional)

Lampiran 2

2. TABULASI DATA

S	S	S	S	P	P	P	P	PE	PE	PE	PE	IN	IN	IN	IN
N	N	N	N	U	U	U	U	OU	OU	OU	OU	T1	T2	T3	T4
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
2	4	2	2	4	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3
4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
3	4	3	3	4	4	4	4	2	2	2	2	3	3	4	3
2	1	1	1	2	3	2	2	1	2	2	2	3	3	3	2
2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2
4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4
1	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	1	1	1	1
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2

S N 1	S N 2	S N 3	S N 4	P U 1	P U 2	P U 3	P U 4	PE OU 1	PE OU 2	PE OU 3	PE OU 4	IN T1	IN T2	IN T3	IN T4
3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3
2	2	2	1	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2
3	5	2	1	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
2	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	3
2	3	2	2	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3
1	3	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3
1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3
2	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3
1	3	1	1	5	5	5	5	4	2	4	4	1	1	1	1
1	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	2
1	2	1	1	3	2	4	3	3	4	2	3	2	1	2	1
1	1	1	2	1	1	1	1	2	4	3	3	3	3	4	3
1	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1
2	2	2	2	4	4	5	5	4	4	4	4	2	3	4	4
3	3	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4

S N 1	S N 2	S N 3	S N 4	P U 1	P U 2	P U 3	P U 4	PE OU 1	PE OU 2	PE OU 3	PE OU 4	IN T1	IN T2	IN T3	IN T4
3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3
2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	2	2	4	3	3	3	3	4	4	4	2	2	2	2
2	3	1	1	3	3	3	3	4	3	3	3	1	1	1	1
2	3	2	1	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	2	2
1	2	1	1	3	4	4	4	4	5	4	4	2	1	2	2
3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
2	3	2	2	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3
2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	1
2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2
1	5	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	3	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	5	1	1	1	1
2	1	1	1	3	2	2	3	2	2	3	3	1	1	2	1
3	3	3	2	3	2	3	3	5	5	5	5	2	2	4	2
1	3	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3

S N 1	S N 2	S N 3	S N 4	P U 1	P U 2	P U 3	P U 4	PE OU 1	PE OU 2	PE OU 3	PE OU 4	IN T1	IN T2	IN T3	IN T4
2	3	1	1	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	1	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3
3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4
4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
2	3	2	2	5	4	4	5	4	5	5	4	2	2	2	2
2	3	3	1	3	3	3	3	2	2	3	2	1	1	1	1
3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	2	2
2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	2	1	2	2
2	2	2	2	3	4	3	3	3	2	3	2	1	1	2	1
1	1	1	1	3	1	1	2	5	5	5	5	1	1	1	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
1	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
1	2	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	4	2	2	4	4	3	4	4	3	4	4	2	2	2	2

S N 1	S N 2	S N 3	S N 4	P U 1	P U 2	P U 3	P U 4	PE OU 1	PE OU 2	PE OU 3	PE OU 4	IN T1	IN T2	IN T3	IN T4
2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
1	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	3	3	2	3	4	3	4	3	2	3	2	4	2	3	2
3	3	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3
3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
3	3	2	4	3	3	4	5	5	5	5	5	3	3	4	3
3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
1	2	1	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
1	3	1	1	1	3	2	2	5	5	5	4	4	5	5	4
1	3	3	5	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5

S N 1	S N 2	S N 3	S N 4	P U 1	P U 2	P U 3	P U 4	PE OU 1	PE OU 2	PE OU 3	PE OU 4	IN T1	IN T2	IN T3	IN T4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1
3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	3	3	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5

الجامعة الإسلامية
الاستاذ الدكتور

Agama	Jenis Kelamin	Status	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Kisaran Penghasilan Kotor Dalam Sebulan	Lokasi
3	2	2	2	6	2	3	1
3	2	1	2	6	4	6	1
3	1	2	1	6	2	1	1
3	2	2	2	6	2	3	1
3	2	2	2	6	6	3	1
3	2	2	2	8	6	4	1
2	2	2	2	4	2	1	1
2	2	2	2	6	4	3	5
4	2	2	2	4	2	1	1
3	2	2	2	4	2	1	1
2	2	1	2	6	4	5	1
4	2	1	1	4	2	1	1

Agama	Jenis Kelamin	Status	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Kisaran Penghasilan Kotor Dalam Sebulan	Lokasi
2	2	2	2	4	2	1	2
4	2	2	2	4	2	1	1
2	2	2	2	6	2	6	2
3	1	2	1	4	2	1	1
3	2	2	2	6	2	1	1
2	2	2	2	8	6	3	1
2	2	2	2	6	2	1	1
2	1	2	2	6	6	7	1
2	1	2	2	6	2	4	1
2	2	2	2	6	2	2	1
3	2	2	2	6	8	5	1
3	2	2	1	4	2	1	2

Agama	Jenis Kelamin	Status	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Kisaran Penghasilan Kotor Dalam Sebulan	Lokasi
3	2	1	3	8	8	6	1
2	1	1	2	6	2	1	1
2	2	2	2	6	2	1	1
2	2	1	2	6	8	3	1
3	2	2	2	7	2	1	1
3	2	2	2	6	8	4	4
3	2	2	1	4	2	1	1
3	2	2	2	6	2	1	1
3	2	2	2	6	2	1	1
2	2	1	4	8	4	3	1
3	2	1	2	6	2	1	1
3	1	2	2	6	3	5	1

Agama	Jenis Kelamin	Status	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Kisaran Penghasilan Kotor Dalam Sebulan	Lokasi
4	2	2	2	4	2	1	1
2	1	2	1	3	1	1	1
6	1	2	2	4	2	1	1
2	2	2	2	6	2	7	1
2	2	2	2	6	2	1	1
2	2	2	2	6	4	2	1
2	2	2	2	4	2	3	1
3	2	2	2	6	2	1	1
2	2	2	2	4	2	1	1
2	2	2	2	6	2	1	1
2	2	2	2	6	2	3	1
2	2	2	2	4	2	1	1

Agama	Jenis Kelamin	Status	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Kisaran Penghasilan Kotor Dalam Sebulan	Lokasi
3	1	2	2	6	4	5	1
3	1	2	1	8	2	1	1
3	1	2	2	7	6	4	1
3	2	2	2	6	2	3	4
3	1	2	1	6	2	4	1
2	1	2	2	8	4	4	1
2	2	2	2	6	2	1	1
3	2	2	2	8	2	2	1
2	2	2	1	6	2	1	1
3	2	2	2	6	5	5	1
3	2	2	1	6	2	1	1
3	1	2	2	6	2	1	1

Agama	Jenis Kelamin	Status	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Kisaran Penghasilan Kotor Dalam Sebulan	Lokasi
3	1	2	2	4	2	2	2
3	1	2	2	6	2	2	1
2	2	2	2	6	2	1	1
3	2	2	2	6	5	7	1
2	2	2	2	6	2	3	1
3	2	2	2	6	2	2	1
4	1	2	2	6	2	1	1
3	2	2	2	6	2	3	1
3	2	2	2	6	5	5	1
3	2	2	2	6	2	1	2
4	1	2	2	6	4	5	1
3	2	2	1	6	2	2	1

Agama	Jenis Kelamin	Status	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Kisaran Penghasilan Kotor Dalam Sebulan	Lokasi
3	2	2	2	6	2	3	1
2	1	2	2	6	2	2	1
2	2	2	2	4	2	2	1
3	1	2	2	6	2	1	1
3	2	2	2	6	2	1	1
2	2	2	2	6	2	2	1
2	1	2	2	4	2	1	1
3	2	2	2	6	2	2	1
2	2	2	2	6	2	2	1
3	2	2	2	6	2	1	1
2	1	2	2	4	2	1	1
3	2	2	2	6	2	3	1

Agama	Jenis Kelamin	Status	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Kisaran Penghasilan Kotor Dalam Sebulan	Lokasi
2	2	2	2	4	4	3	1
3	2	2	2	6	5	4	1
2	1	2	1	4	2	1	1
2	2	2	2	6	2	1	1
2	2	2	2	6	4	6	1
2	1	2	1	8	2	2	1
3	2	2	2	6	2	2	1
2	1	1	2	6	4	4	1
4	1	1	1	4	1	1	1
2	2	2	2	6	4	1	1
2	1	2	2	6	4	6	1
3	2	2	2	4	2	1	1

Agama	Jenis Kelamin	Status	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Kisaran Penghasilan Kotor Dalam Sebulan	Lokasi
3	2	2	1	6	2	2	3
2	2	1	2	6	4	4	1
2	2	1	2	4	4	3	1
2	2	2	2	6	4	4	1
2	1	2	2	6	2	3	3
4	1	2	2	6	2	2	1
4	1	2	2	6	2	3	1
3	1	2	1	6	2	1	1
2	2	2	2	6	2	2	1
2	2	2	2	4	2	3	1
6	2	2	2	6	2	1	1
2	1	2	2	6	1	7	1

Agama	Jenis Kelamin	Status	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Kisaran Penghasilan Kotor Dalam Sebulan	Lokasi
2	1	2	2	6	4	7	1
3	1	1	3	7	5	7	3
3	1	1	1	4	2	1	3
3	1	2	2	4	2	4	3
3	2	1	3	6	8	7	3
5	1	1	1	4	2	1	1
6	1	2	1	4	2	3	1
5	2	2	1	4	2	1	1
5	1	2	1	4	2	1	1
3	2	2	2	6	8	7	3
2	2	2	1	4	2	2	3
2	1	2	1	4	2	1	3

Agama	Jenis Kelamin	Status	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Kisaran Penghasilan Kotor Dalam Sebulan	Lokasi
2	1	2	1	4	2	1	3
2	2	2	2	4	2	3	3
2	1	2	1	4	2	2	3
2	2	1	2	6	4	6	1

Lampiran 3

3. LUARAN SMART PLS

Rata-rata variabel

The screenshot shows the SmartPLS interface with the 'DATA INTANN.txt' file open. The main window displays a table of indicator statistics. The table has columns for 'Indicators', 'No.', 'Missing', 'Mean', 'Median', 'Min', 'Max', 'Standard D.', 'Excess Kurt...', and 'Skewness'. The indicators listed are SN1 through SN4, PU1 through PU4, PEOU1 through PEOU4, and INT1 through INT4.

Indicators	No.	Missing	Mean	Median	Min	Max	Standard D.	Excess Kurt...	Skewness
SN1	1	0	2.363	2.000	1.000	5.000	1.088	-0.768	0.301
SN2	2	0	2.839	3.000	1.000	5.000	1.124	-0.813	-0.365
SN3	3	0	2.339	2.000	1.000	5.000	1.099	-1.003	0.215
SN4	4	0	2.347	2.000	1.000	5.000	1.218	-0.893	0.417
PU1	5	0	3.242	3.000	1.000	5.000	1.221	-0.508	-0.610
PU2	6	0	3.185	4.000	1.000	5.000	1.187	-0.556	-0.688
PU3	7	0	3.218	4.000	1.000	5.000	1.241	-0.676	-0.628
PU4	8	0	3.290	4.000	1.000	5.000	1.230	-0.543	-0.678
PEOU1	9	0	3.315	4.000	1.000	5.000	1.214	-0.499	-0.626
PEOU2	10	0	3.347	4.000	1.000	5.000	1.212	-0.590	-0.668
PEOU3	11	0	3.306	4.000	1.000	5.000	1.172	-0.276	-0.711
PEOU4	12	0	3.282	4.000	1.000	5.000	1.195	-0.473	-0.621
INT1	13	0	2.734	3.000	1.000	5.000	1.192	-1.073	-0.164
INT2	14	0	2.573	3.000	1.000	5.000	1.137	-0.826	0.002
INT3	15	0	2.766	3.000	1.000	5.000	1.172	-0.941	-0.142
INT4	16	0	2.605	3.000	1.000	5.000	1.177	-1.102	-0.029

Outer Loading

The screenshot shows the SmartPLS interface with the 'Outer Loadings' matrix displayed. The matrix shows the correlation between indicators and latent variables. The indicators are INT1, INT2, INT3, INT4, PEOU1, PEOU2, PEOU3, PEOU4, PU1, PU2, PU3, PU4, SN1, SN2, SN3, SN4, and SN1. The latent variables are Niat Untuk..., Norma Subj..., Persepsi Ke..., and Persepsi Ke....

Indicator	Niat Untuk ...	Norma Subj...	Persepsi Ke...	Persepsi Ke...
INT1	0.954			
INT2	0.973			
INT3	0.955			
INT4	0.951			
PEOU1			0.944	
PEOU2			0.932	
PEOU3			0.960	
PEOU4			0.967	
PU1		0.961		
PU2		0.965		
PU3		0.980		
PU4		0.982		
SN2	0.828			
SN3	0.929			
SN4	0.828			
SN1	0.738			

Below the matrix, there are sections for 'Final Results', 'Quality Criteria', 'Interim Results', and 'Base Data'. The 'Final Results' section shows 'Path Coefficients', 'R Square', 'Indirect Effects', 'Total Effects', 'Outer Loadings', 'Outer Weights', 'Latent Variable', and 'Residuals'. The 'Quality Criteria' section shows 'F-Square', 'Construct Reliability and Validity', 'Discriminant Validity', 'Collinearity Statistics (VIF)', 'Model Fit', and 'Model Selection Criteria'. The 'Interim Results' section shows 'Stop Criterion Changes'. The 'Base Data' section shows 'Setting', 'Inner Model', 'Outer Model', 'Indicator Data (Original)', 'Indicator Data (Standardized)', and 'Indicator Data (Correlations)'.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

The screenshot displays the 'Construct Reliability and Validity' window in SmartPLS. The main table shows the following data:

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Persepsi Ke...	0.981	0.981	0.986	0.945
Niat Untuk ...	0.972	0.972	0.980	0.923
Persepsi Ke...	0.965	0.967	0.974	0.904
Norma Subj...	0.852	0.872	0.900	0.695

Below the table, there are sections for 'Final Results', 'Quality Criteria', 'Interim Results', and 'Base Data'. The 'Quality Criteria' section includes links for R-Square, F-Square, Construct Reliability and Validity, Discriminant Validity, and Collinearity Statistics (VIF). The 'Base Data' section includes links for Inner Model, Outer Model, Indicator Data (Original), Indicator Data (Standardized), and Indicator Data (Correlations).

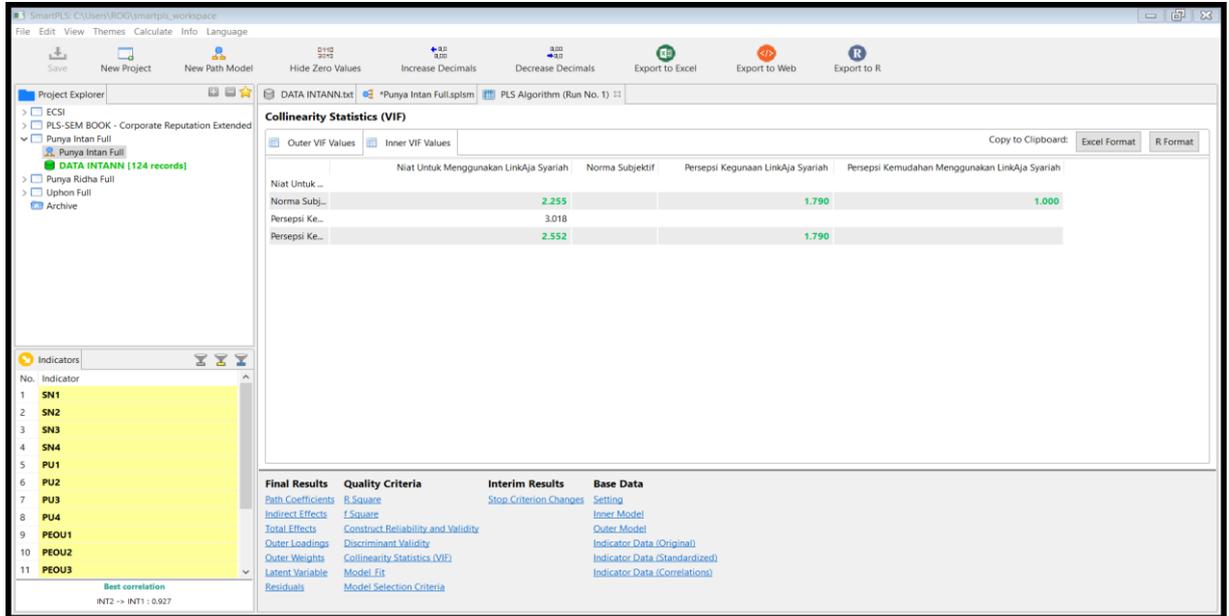
Hasil Uji Diskriminan Validitas

The screenshot displays the 'Discriminant Validity' window in SmartPLS. The main table shows the following data:

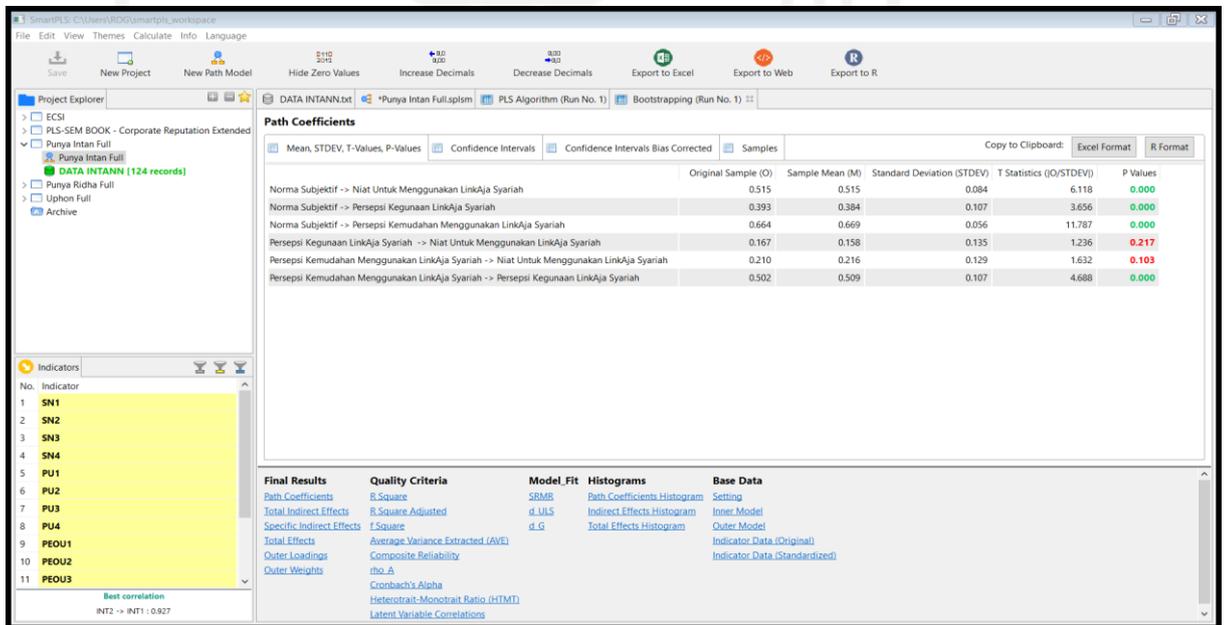
	Niat Untuk Menggunakan...	Norma Subjektif	Persepsi Kegunaan LinkAja Syariah	Persepsi Kemudahan Menggunakan LinkAja Syariah
Niat Untuk ...	0.961			
Norma Subj...	0.776	0.833		
Persepsi Ke...	0.701	0.726	0.972	
Persepsi Ke...	0.680	0.664	0.763	0.951

Below the table, there are sections for 'Final Results', 'Quality Criteria', 'Interim Results', and 'Base Data'. The 'Quality Criteria' section includes links for R-Square, F-Square, Construct Reliability and Validity, Discriminant Validity, and Collinearity Statistics (VIF). The 'Base Data' section includes links for Inner Model, Outer Model, Indicator Data (Original), Indicator Data (Standardized), and Indicator Data (Correlations).

Hasil Uji Kolinearitas



Koefisien Jalur



R-Square

The screenshot shows the 'R Square' window in SmartPLS. It displays a table with the following data:

	R Square	R Square Adjusted
Niat Untuk ...	0.659	0.651
Persepsi Ke...	0.669	0.663
Persepsi Ke...	0.441	0.437

Below the table, there are sections for 'Final Results', 'Quality Criteria', 'Interim Results', and 'Base Data' with various sub-links.

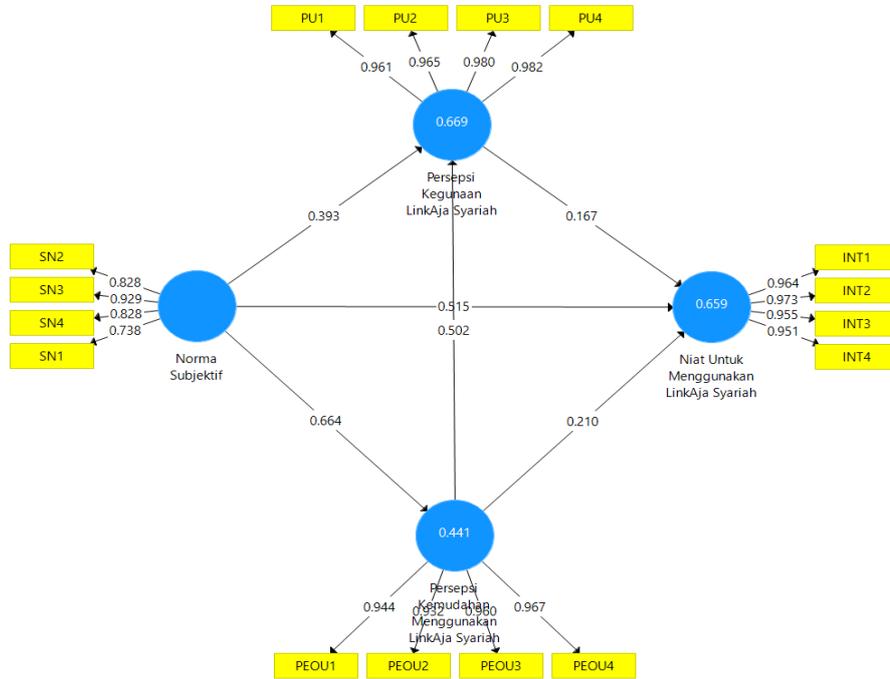
Q-Square

The screenshot shows the 'Construct Crossvalidated Redundancy' window in SmartPLS. It displays a table with the following data:

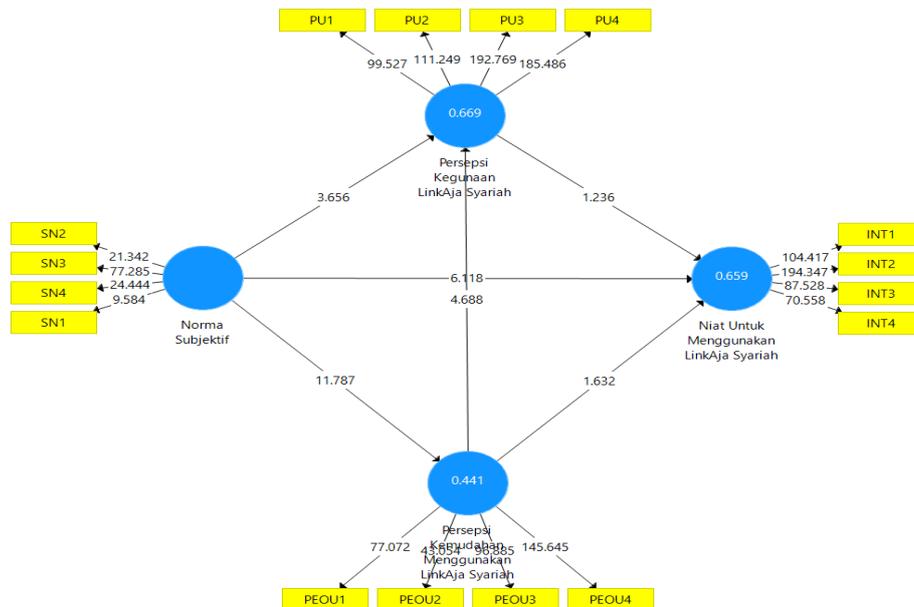
	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Niat Untuk ...	496.000	198.609	0.600
Norma Subj...	496.000	496.000	
Persepsi Ke...	496.000	185.056	0.627
Persepsi Ke...	496.000	300.238	0.395

Below the table, there are sections for 'Final Results' and 'Base Data' with various sub-links.

Algoritma PLS



Bootstrapping



Blindfolding

