

**PENGARUH MINAT MAHASISWA/I MUSLIM DALAM BERINFAK DAN
SADAQAH MELALUI PLATFORM DIGITAL DI PULAU JAWA DENGAN
METODE UTAUT**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Gita Ami Mahmudza
NIM : 19313227
Nama Dosen : Heri Sudarsono, SE.,MEc
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2022/2023**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH MINAT MAHASISWA/I MUSLIM DALAM BERINFAK DAN
SADAQAH MELALUI PLATFORM DIGITAL DI PULAU JAWA DENGAN
METODE UTAUT**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar sarjana jenjang strata 1
Program Studi Ekonomi Pembangunan,
Pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Gita Ami Mahmudza
NIM : 19313227
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
2022/2023**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti yang dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai dengan peraturan yang ditentukan dan berlaku.

Yogyakarta, 10 Juli 2023

Penulis,

Gita Ami Mahmudza

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Minat Mahasiswa/I Muslim dalam Berinfak dan Sadaqah melalui Platform Digital dengan Metode UTAUT

Nama : Gita Ami Mahmudza

NIM : 19313227

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 15 Juni 2023

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Heri Sudarsono', with a stylized flourish at the end.

Heri Sudarsono,SE.,MEc

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**PENGARUH IKLIM ORGANISASI DAN KECERDASAN EMOSIONAL TERHADAP
ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR MELALUI MOTIVASI KERJA SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA DEPARTEMEN PRODUKSI PT.MAYORA INDAH TBK.**

Disusun Oleh : **FAJAR RACHMAN FEBRIYAN**
Nomor Mahasiswa : **19311153**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Senin, 02 Oktober 2023

Penguji/ Pembimbing TA : Fereshti Nurdiana Dihan,,S.E., M.M.

Penguji : Suhartini,Dra.,M.Si.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

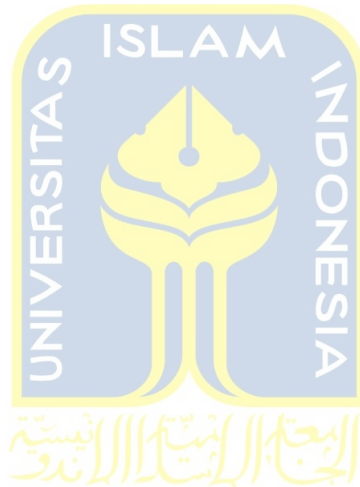
MOTTO

“dan aku belum pernah kecewa dalam berdoa kepada engkau ya Rabku”

(QS.Maryam:4)

“Setiap kali aku mengalami kesulitan, aku memikirkan kembali mengapa aku bertahan sejauh ini sampai sekarang”

(Kim Jungwoo)

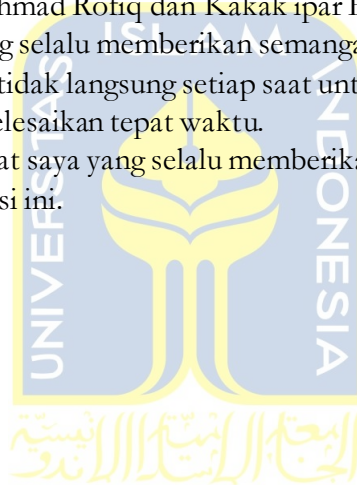


HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur senantiasa kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridha dan karunia-Nya serta kemudahan dan kelancaran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk :

1. Orangtua tercinta Ayah Dulatif dan Ibu Nuriyati atas kasih sayang, perhatian, doa, motivasi dan juga semangat yang selalu diberikan tanpa henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakak Ghofur Achmad Rofiq dan Kakak ipar Eva Sandra serta keponakan tercinta Maica yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung setiap saat untuk segera menyelesaikan amanah ini agar dapat terselesaikan tepat waktu.
3. Teman teman dekat saya yang selalu memberikan masukan dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatub

Alhamdulillah, Puji dan Syukur atas rahmat dan karunia yang diberikan Allah hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Pengaruh Minat Mahasiswa/I Muslim dalam Berinfak dan Bersedekah melalui Platform Digital dengan Metode UTAUT**. Skripsi ini tersusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

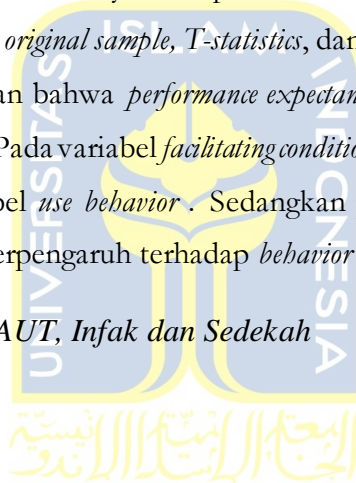
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan penulis sendiri, dan mengucapkan terimakasih atas kritik dan saran yang telah diterima maupun yang akan diterima. Tanpa bantuan semua pihak, penulisan tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan dengan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, kesabaran dan kelancaran kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Orang tua tercinta Ayah Dulatif dan Ibu Nuriyati atas kerja keras, dukungan, doa, motivasi serta kasih sayang tak terhingga yang telah diberikan, terimakasih ayah dan ibu;
3. Kak Ghofur dan Kak Eva yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam hidup, terimakasih telah memberikan keponakan lucu untuk penulis sehingga penulis memiliki motivasi besar untuk segera menyelesaikan skripsi ini
4. Yth. Bapak Heri Sudarsono S.E., M.Ec. selaku dosen pembimbing skripsi yang di tengah kesibukannya dengan sabar dan penuh perhatian membimbing serta memberikan dukungan moril hingga skripsi ini selesai;
5. Sahabat-sahabat Audi, Nadiya yang selalu memberikan semangat, bantuan dan dukungan dalam bentuk apapun;
6. Fajar Rachman Febrian terimakasih telah menjadi partner terbaik yang selalu menemani dan mensupport penulis;
7. Teman-teman yang selalu menyemangati dan saling berbagi pengalaman perkuliahan walaupun berbeda daerah. Semoga kalian juga bisa secepatnya menyelesaikan kuliah;
8. Teman-teman satu bimbingan yang selalu menyemangati, memberi bantuan serta dukungan untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinfak dan bersedekah menggunakan platform digital berbasis *financial technology*. Penelitian ini dilakukan karena besarnya potensi dana dari Zakat, infak, dan sedekah. Responden penelitian ini adalah 226 mahasiswa dari Pulau Jawa yang pernah bertransaksi menggunakan platform digital. Penentuan responden menggunakan teknik simple random sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan skala *likert*. Penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* sebagai metode analisisnya yang didalamnya terdapat *outer model* dan *inner model*. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat *original sample*, *T-statistics*, dan *P-value* pada hasil *bootstrap*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *performance expectancy* dan *social influence* berpengaruh terhadap *behavior intention*. Pada variabel *facilitating condition* dan *behavior intention* juga terdapat pengaruh terhadap variabel *use behavior*. Sedangkan pada variabel *effort expectancy* dan *facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap *behavior intention*.

Kata Kunci : *fintech*, *UTAUT*, *Infak dan Sedekah*



ABSTRACT

This study aims to analyze what factors can influence student interest in giving and giving alms using financial technology-based digital platforms. This research was conducted because of the large potential of funds from Zakat, infaq, and sadaqah. The respondents of this study were 226 students from Java Island who had transacted using a digital platform. Determination of respondents using simple random sampling technique. The data collection method uses a questionnaire with a Likert scale. This study uses Partial Least Square as the analysis method in which there is an outer model and inner model. Hypothesis testing is done by looking at the original sample, T-statistics, and P-value on the bootstrap results. The results of this study indicate that performance expectancy and social influence affect behavior intention. In the facilitating condition variable and behavior intention there is also an influence on the use behavior variable. Meanwhile, the variables of effort expectancy and facilitating conditions have no effect on behavior intention.

Keywords: fintech, UTAUT, Infaq and Sedekah

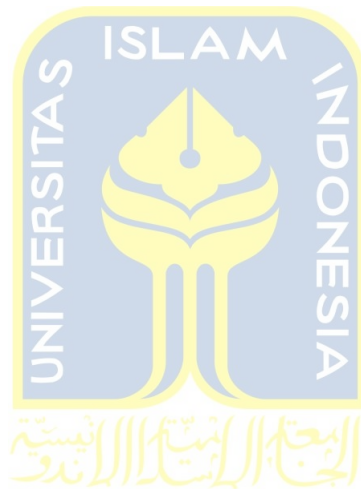


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Zakat, Infak, dan Sedekah	7
2.1.2 Financial Technology	11
2.1.3 M-banking.....	11
2.1.4 E-Wallet.....	12

2.1.5	Perilaku Konsumen.....	14
2.1.6	Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT).....	14
2.2	Kajian Pustaka.....	15
2.3	Hipotesis Penelitian.....	24
2.3.1	Pengaruh <i>Performance expectancy</i> terhadap <i>Behavior intention</i>	24
2.3.2	Pengaruh <i>Effort expectancy</i> terhadap <i>Behavior intention</i>	24
2.3.3	Pengaruh <i>Social influence</i> terhadap <i>Behavior intention</i>	24
2.3.4	Pengaruh <i>Facilitating condition</i> terhadap <i>Behavior intention</i>	24
2.3.5	Pengaruh <i>Facilitating condition</i> terhadap <i>Use behavior</i>	25
2.3.6	Pengaruh <i>Behavior intention</i> terhadap <i>Use behavior</i>	25
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Desain Penelitian.....	27
3.2	Lokasi dan Objek Penelitian.....	27
3.3	Populasi dan Sampel.....	27
3.4	Definisi Variabel Operasional.....	28
3.4.1	<i>Performance expectancy</i>	28
3.4.2	<i>Effort expectancy</i>	28
3.4.3	<i>Social influence</i>	29
3.4.4	<i>Facilitating condition</i>	29
3.4.5	<i>Behavior intention</i>	30
3.4.6	<i>Use behavior</i>	31
3.5	Diagram Jalur	32
3.6	Metode Pengumpulan Data	32
3.6.1	Jenis dan Sumber Data.....	32
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7	Metode Analisis.....	33
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	33
3.7.2	Analisis Partial Least Square (PLS)	33
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1	Deskripsi Data Penelitian.....	37
4.1.1	Analisis Deskriptif.....	37
4.1.2	Analisis Partial Least Square (PLS)	51
4.2	Diagram Jalur	58
4.3	Hasil Analisis dan Pembahasan.....	62

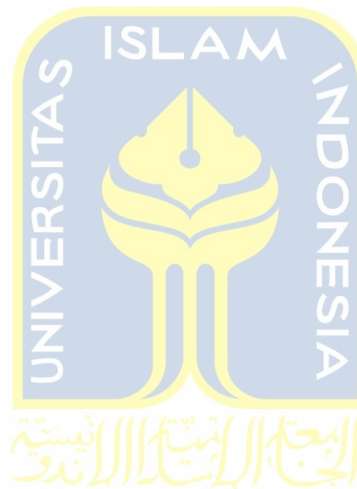
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 SIMPULAN	65
5.2 SARAN.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	71



DAFTAR TABEL

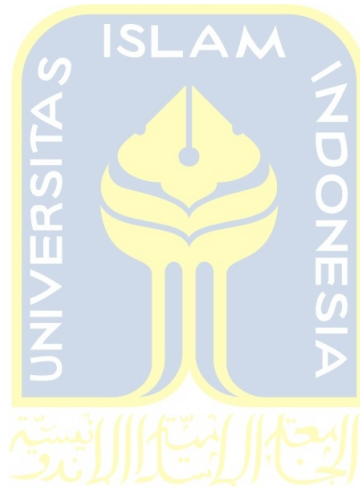
Tabel 2. 1 Perbedaan Zakat, Infak, dan Sedekah.....	10
Tabel 3. 1 Indikator dari Performance expectancy	28
Tabel 3. 2 Indikator dari Effort expectancy	29
Tabel 3. 3 Indikator dari Social influence.....	29
Tabel 3. 4 Indikator dari Facilitating condition	30
Tabel 3. 5 Indikator dari Behavior intention	30
Tabel 3. 6 Indikator dari Use behavior.....	31
Tabel 3. 7Tabel 3.7 Nilai Pengumpulan Skor	33
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	38
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	39
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4. 6 Frekuensi Pengeluaran Responden Perbulan	40
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Platfrom Fintech yang Digunakan.....	41
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	42
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Infak dan Sedekah dalam Sebulan.....	43
Tabel 4. 10 karakteristik responden berdasarkan asal provinsi.....	44
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Performa Expectancy.....	45
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Effort Expentancy	47
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Social influence	47
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Facilitating condition.....	48
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Behavior intention.....	49
Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Use behavioral	51
Tabel 4. 17 outer loading.....	52
Tabel 4. 18 Nilai Fornell Lacrker criterion.....	53

Tabel 4. 19 cross loading.....	53
Tabel 4. 20 AVE.....	54
Tabel 4. 21 Nilai Composite Reliability.....	55
Tabel 4. 22 R-Square	56
Tabel 4. 23 T-Test.....	56
Tabel 4. 24 F-Square.....	57
Tabel 4. 25 Uji Hipotesis	59



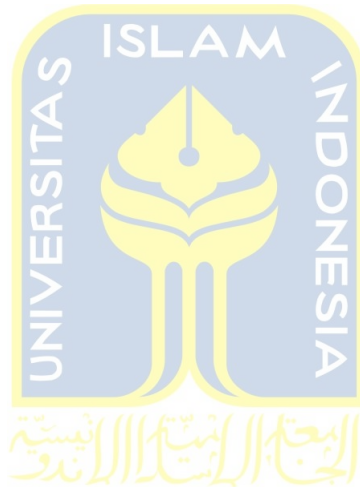
DAFTAR GAMBAR

2.4	Kerangka Pikiran.....	26
3.5	Diagram Jalur.....	32
4.2	Diagram Jalur.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner.....	77
Lampiran 3 : Hasil Uji PLS.....	114



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk mencapai 273.879.750 jiwa menurut kemendagri per tanggal 30 Desember 2022 (Novianto, 2022). Indonesia menjadi negara dengan penduduk yang bermayoritas memeluk agama islam. Jawa menjadi salah satu Pulau terpadat di Indonesia dengan jumlah penduduk mencapai 150 juta jiwa. Di lansir dari situs Kemenag 2022, Pulau Jawa menjadi Pulau dengan pemeluk agama Islam terbesar di Indonesia.

Tingginya tingkat jumlah umat Islam di Pulau Jawa melahirkan berbagai potensi salah satunya yaitu dana filantropi. Secara estimologi, filantropi merupakan kedermawanan, murah hati atau sumbangan sosial yang menunjukkan cinta kepada manusia (Echols, John M. dan Shadily, 1984). Dalam ajaran agama, Islam mengajarkan untuk berbuat baik terhadap kerabat dan peduli kepada orang miskin, menyantuni anak yatim, janda miskin, orang yang terlilit hutang serta orang yang kekurangan. Dana filantropi umat islam didasarkan pada dalil-dalil atau sumber-sumber hukum Islam, yaitu zakat yang hukumnya wajib ataupun infak dan sedekah yang hukumnya sunnah.

Zakat menjadi salah satu kewajiban yang harus dipenuhi oleh umat Islam. Menurut Muhammad (2005) zakat merupakan kewajiban umat Islam yang tercakup dalam rukun Islam yang keempat. Di dalam Al-Qur'an zakat disebut berulang kali sebanyak 30 kali dengan 27 kali diantaranya disandingkan dengan kewajiban utama umat Islam yaitu Shalat. Selain itu menurut Mazhab Syafi'I zakat adalah sebuah ungkapan keluarnya harta atau tubuh yang sesuai dengan cara khusus (Fadilah, 2018). Pada dasarnya zakat hanya dapat disalurkan kepada 8 mustahik tertentu, sebagaimana disebutkan dalam ayat ke 60 pada surah At-Taubah bahwa *“sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, amil zakat, para mu'allaf yang dilunakkan hatinya, untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang*

dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.”

Infak merupakan sebuah pengeluaran suka rela yang dilakukan seseorang. Infak juga tidak memiliki hukum yang wajib serta tidak ada ketentuan khusus untuk seseorang melakukan infak. Allah memberi kebebasan kepada pemiliknya untuk memilih jenis harta dan berapa jumlah yang sebaiknya diberikan. Allah pasti akan memberikan kecukupan untuk hambanya yang selalu menyisihkan sebagian hartanya untuk berinfaq dan bersedekah. Seperti yang terdapat pada Al-Qur'an surah Saba' ayat 39 yang artinya "... Dan apa saja yang kamu infakkan, maka Allah akan menggantinya dan Dia-lah pemberi rezeki yang sebaik-baiknya.”

Infak memiliki arti yang serupa dengan sedekah. Namun, sedekah memiliki arti yang luas. Sedekah tidak hanya berupa materiil, tapi juga non materiil. Bertegur sapa dengan senyuman juga dapat diartikan sedekah. Dalam konsep sedekah, harta yang dihibahkan akan menambah harta yang dimiliki. Karena dalam Islam, apa yang dibelanjakan manusia dalam bentuk sedekah akan menjadi pinjaman kepada Allah dan akan dilipatgandakan balasannya. Nabi SAW bersabda yang artinya *“Ada 3 macam/ versi penghuni surga, yaitu : pertama : “para penguasa yang adil, yang suka bersedekah/berbaik hati kepada orang-orang fakir, diberi kemampuan mentaati perintah Allah dan berlaku adil dalam pengadilan/ dalam menegakkan hukum. Kedua : “Pria/orang yang penyayang, lunak hati/ lembah penuh rasa kasih-sayang dan belas kasihan) kepada sanak keluarga dan sesama muslim (ataupun kepada orang lain). Ketiga : “Orang sbaleh yang pandai mengekang diri/ mencegahnya dari hal-hal yang tidak halal atau tidak patut, dia berkeluarga (dan kecintaannya terhadap keluarga tidak sampai menjerumuskannya untuk menggaet harta haram, bahkan lebih mencintai Allah daripada mereka.”*

Seiring dengan perkembangan zaman, dimana teknologi sudah mulai berkembang pengumpulan dan pendistribusian dana ZIS kini juga semakin maju dan luas. Hadirnya media sosial dapat mempermudah seseorang untuk melakukan zakat, infak dan sedekah melalui platform digital. Segala kemudahan yang ada tidak menyurutkan sifat humanisme manusia untuk saling peduli, bahkan kehadiran media sosial dapat menjadi salah satu

alternatif untuk melakukan berbagai aksi kemanusiaan (Efendi dan Arifin, 2019). Dengan adanya kemajuan teknologi ini, maka dapat memudahkan para muzaki dari berbagai golongan, baik pria atau wanita, muda atau tua, kaya atau miskin, mereka dapat melaksanakan sunnah yaitu berinfak dan bersedekah. Seperti yang terdapat pada surah Al-Imran ayat 134 yang artinya *“(yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan.”*

Dapat diambil kesimpulan bahwa dalam kondisi apapun tetap dianjurkan untuk mengalokasikan sebagian hartanya untuk diberikan kepada yang lebih membutuhkan baik yang telah memiliki penghasilan sendiri maupun yang mendapatkan pendapatan dari orang tua seperti mahasiswa. Menurut Kasri (2013) mereka yang muda, berpendidikan, dan memiliki rasa kemanusiaan tinggi yang paling banyak berinfak. Terlebih mahasiswa merupakan salah satu kelompok masyarakat yang paling sering berinteraksi dengan dunia digital.

Berdasarkan pemaparan diatas, memunculkan sebuah pendapat bahwa melaksanakan ibadah yang sunnah berupa infak dan sedekah merupakan salah satu bentuk humanisme. Dilengkapi dengan adanya perubahan teknologi di era saat ini juga memudahkan muzaki untuk dapat menciptakan sebuah inovasi bagi kehidupan manusia lainnya. Sebagaimana Islam telah menyampaikan bahwa Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebaikan. Dengan demikian, penyusun mengambil judul yaitu “Pengaruh Minat Mahasiswa/IMuslim Dalam Berinfak dan Sadaqah Di Pulau Jawa Melalui Platform Digital Dengan Metode UTAUT

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*?
2. Apakah *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*?
3. Apakah *social influence* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*?
4. Apakah *facilitating condition* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*?
5. Apakah *facilitating condition* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*?
6. Apakah *behavior intention* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian yang ingin di dapatkan adalah :

1. Untuk menganalisis apakah *performa expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*
2. Untuk menganalisis apakah pengaruh *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*
3. Untuk menganalisis apakah pengaruh *social influence* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*
4. Untuk menganalisis apakah pengaruh *facilitating condition* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*
5. Untuk menganalisis apakah pengaruh *facilitating condition* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*
6. Untuk menganalisis apakah pengaruh *behavior intention* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teori, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dengan analisis model UTAUT.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini adalah dapat memberikan masukan yang informative, kontribusi praktis untuk pengguna teknologi informasi pada umumnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi dijabarkan dalam lima bab dan tiap babnya terbagi menjadi beberapa sub bab

Bab I : Pendahuluan

Bab pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : kajian pustaka dan landasan teori

Bab kajian pustaka dan landasan teori menjelaskan mengenai kajian pustaka, landasan teori dan hipotesis penelitian.

Bab III : Metode Penelitian

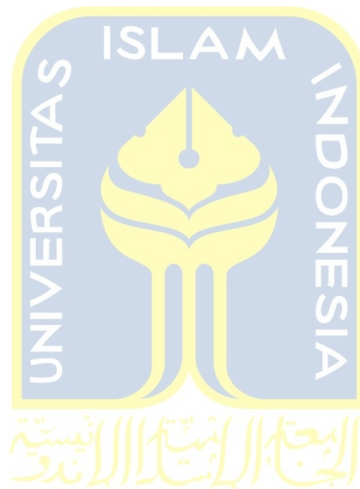
Bab metode penelitian menjelaskan mengenai jenis dan cara pengumpulan data, definisi variabel operasional serta metode analisis yang digunakan untuk mengambil keputusan.

Bab IV : Hasil Analisis dan Pembahasan

Bab hasil analisis dan pembahasan menjelaskan mengenai deskripsi dari objek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis serta interpretasi hasil.

Bab V : Simpulan dan Saran

Bab ini terdiri dari simpulan yang berisi cuplikan ringkas dari bagian hasil analisis dan saran bagi peneliti selanjutnya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Zakat, Infak, dan Sedekah

2.1.1.1 Zakat

Zakat adalah amalan yang terkandung dalam ajaran Islam. Zakat juga menjadi salah satu kewajiban umat Islam yang tercakup dalam rukun Islam yang keempat. Di dalam Al-Qur'an zakat disebut berulang kali sebanyak 30 kali dengan 27 kali diantaranya disandingkan dengan kewajiban Shalat (Muhammad, 2005). Allah swt berfirman pada surah Al-Baqarah ayat 43 yang artinya “Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah bersama orang-orang yang ruku”

Menurut UU No. 38 Tahun 1999 yang dimaksud dengan zakat yaitu harta yang wajib disisihkan oleh seorang muslim atau badan yang dimiliki oleh orang muslim sesuai dengan ketentuan agama untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya (RI, 2020). Selain itu, dalam umat Islam zakat juga digunakan sebagai zakat badan (zakat fitrah), selain itu juga digunakan untuk orang kaya dengan jumlah kekayaan (nishab) dengan ketentuan minimum tertentu yang disebut dengan zakat maal. Menurut Hafidhuddin (2008), zakat maal adalah zakat yang dikeluarkan sebesar 2,5 persen dari total jumlah harta yang telah memenuhi beberapa syarat :

1. Kepemilikan harta pribadi secara penuh
2. Asset yang berharga, seperti emas, ternak, tanaman, asset perdagangan, hasil tambang, dan harta temuan.
3. Telah mencapai nisab yang ditentukan menurut jenis harta
4. Telah mencapai haul, yaitu kepemilikan harta sudah mencapai satu tahun.

Pada surah At-Taubah ayat 60, dana zakat tidak diberikan dengan semua orang. Namun hanya diberikan kepada beberapa golongan saja : *“sesunggubnya*

zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berutang untuk jalan Allah, dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah dan Allah maha mengetahui lagi maha bijaksana."

2.1.1.2 Infak

Menurut Hafidhuddin (2008) infak atau *anfaqa* secara bahasa memiliki arti mengeluarkan harta untuk kepentingan sesuatu dalam mencapai tujuan. Sedangkan secara terminology infak berarti mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan seseorang untuk tujuan yang ditentukan oleh ajaran Islam. Infak juga bisa diartikan sebagai segala macam bentuk pengeluaran (pembelanjaan) baik bagi kepentingan pribadi, keluarga, atau orang lain. Secara terminology syariat, infak berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan/penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam (Arifin, 2016).

Dengan demikian, infak berbeda dengan zakat. Infak merupakan sebuah pengeluaran suka rela yang dilakukan seseorang. Infak juga tidak memiliki hukum yang wajib serta tidak ada ketentuan khusus untuk seseorang melakukan infak. Allah memberi kebebasan kepada pemiliknya untuk menentukan jenis harta, berapa jumlah yang sebaiknya diserahkan. Berbeda dengan zakat, dimana distribusi dananya diberikan kepada mustahik. Infak dapat diberikan kepada siapapun misalnya, orang tua, kerabat, anak yatim, orang miskin.

Dalam agama islam, di dalam Al-Qur'an serta hadis sudah banyak diperintahkan kepada kita untuk kita menginfakkan harta yang kita miliki. Diantaranya yaitu :

a. Al-Baqarah : 195

“Dan infakkanlah (hartamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu jatuhkan (diri sedniri) ke dalam kebinasaan dengan tenaga sendiri, dan berbuat baiklah. Sungguh, Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”

b. Al-Baqarah : 245

“Barangsiapa meminjami Allah(menginfakkan hartanya di jalan Allah) dengan pinjaman yang baik maka Allah melipatgandakan ganti kepadanya dengan banyak. Allah menahan dan melapangkan (rezeki) dan kepadaNya lah kamu dikembalikan.”

c. Al-Baqarah : 267

“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri yidak mau mengambilnya melainkan dengan mimicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Makakaya Maha Terpuji.”

d. Al-Imran : 92

“kamu tidak akan memperoleh kebajikan, sebelum kamu menindakkan sebagian harta yang kamu cintai. Dan apapun yang kamu infakkan tentang hal itu sungguh Allah maha mengetahui.”

e. Al-Imran : 134

“(yaitu) orang yang berinfak baik diwaktu lapang maupun sempit dan orang-rang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang lain. Dan Allah mencintai orang yang berbuat kebaikan.”

2.1.1.3 Sedekah

Sedekah berasal dari kata *shadaqa* yang berarti “kebenaran”. Oleh karena itu, orang yang bersedekah ialah orang yang keyakinan imannya benar (Hafidhuddin, 2008). Segala kebaikan adalah sedekah, meskipun dalam Islam tidak membatasi sedekah hanya pada harta (Hasbiyallah, 2008). Senyuman yang kita berikan kepada seseorang dijalan juga merupakan sedekah jika mengacu kepada beberapa pengertian diatas, sama halnya dengan memberikan makan untuk anak yatim. Luasnya pemahaman kita tentang sedekah membuat ulama-ulama memiliki pendapat yang berbeda, sebagian menganggap bahwa sedekah mencakup zakat

dan infak, sedangkan sebagian lainnya beranggapan bahwa infak mencakup zakat dan sedekah (Arifin, 2016).

Allah berfirman dalam QS. Saba””39 yang artinya “... dan apa saja yang kamu infakkan, maka Allah akan menggantinya dan Dialah pemberi rezeki yang sbeaik-baiknya” oleh karena itu manfaat yang dapat diperoleh dari sedekah yaitu seseorang dapat dipermudah dalam memperoleh rezekinya, terlebih ketika setiap apa yang di sedekahkan diikuti dengan rasa ikhlas, maka Allah akan menggantinya.

Tabel 2. 1 Perbedaan Zakat, Infak, dan Sedekah

	Zakat	Infak	Sedekah
Hukum	Wajib bagi yang sudah mampu	<ul style="list-style-type: none"> - Sunnah - Wajib* 	<ul style="list-style-type: none"> - Secara umum : sunnah - Sedekah wajib : Zakat
Nisab (batasan minimal)	Ada	Tidak ada	Tidak ada
Haul (waktu)	Ada	Tidak ada	Tidak ada
Mustahik	8 golongan	Lebih utama : <ul style="list-style-type: none"> - Keluarga - Kerabat - Orang/lembag a yang memerlukan 	Lebih utama : <ul style="list-style-type: none"> - Keluarga - Kerabat - Orang/lembag a yang memerlukan, bahkan boleh untuk orang kaya.
Bentuk Pengelolaan	Harta/Materi	Harta/Materi	Harta/Materi dan Bukan Materi

Sumber : Arifin (2016)

2.1.2 Financial Technology

Financial Technology merupakan sebuah inovasi yang bergerak di bidang keuangan yang telah diatur oleh Bank Indonesia. Menurut Bank Indonesia, Financial Technology atau Fintech memiliki arti yaitu “penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran.” (Bank Indonesia, 2017).

Carney (2016) menjelaskan bahwa teknologi keuangan berawal dari sektor keuangan dalam perekonomian yang menjadi sektor kunci dan terus berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. *Financial technology* membawa harapan baru bagi kemudahan dalam berbagai macam transaksi keuangan dalam berbagai sektor.

2.1.3 M-banking

Mobile banking adalah suatu layanan terbaru setelah internet banking yang menawarkan layanan perbankan melalui perangkat *smartphone*. Perkembangan teknologi *mobile* memungkinkan operator *smartphone* dan bank untuk berkolaborasi untuk mengurangi biaya transaksi, dan membuat keduanya menjadi mitra aliansi. Sehingga kehadiran *mobile banking* ini telah membawa perubahan besar pada jenis layanan perbankan. (Lee et al., 2015).

Menurut (Buse, 2007) *mobile banking* mencakup berbagai layanan perbankan dan keuangan, termasuk layanan transaksi pasar saham, manajemen rekening bank dan akses informasi yang disesuaikan melalui perangkat telekomunikasi. *Mobile banking* telah muncul sebagai metode komunikasi nirkabel yang membantu pelanggan meningkatkan nilai dalam transaksi perbankan.

Aplikasi *mobile banking* yang mudah digunakan memiliki fitur yang mudah dipahami pengguna. Semua petunjuk diberikan dengan mudah dan detail, sehingga penggunaan waktu dan biaya dapat lebih hemat daripada menggunakan bank *online*. Dengan adanya kemajuan teknologi seperti layanan *mobile banking* telah membantu

bank untuk mengurangi biaya sehingga lebih murah. Layanan *mobile banking* tersedia 24 jam sehari, sehingga pelanggan dapat bertransaksi di mana pun dan kapan pun (Zahra et al, 2012).

2.1.4 E-Wallet

E-wallet didefinisikan sebagai mata uang digital yang mudah digunakan untuk berbelanja tanpa perlu membawa uang tunai (non-tunai) dan diberikan saat melakukan aktivitas lainnya. (Megadewandanu, Suyoto, dan Pranowo, 2016).

Sedangkan menurut Kuganathan dan Wikramanayake (2014) e-wallet juga dikenal dengan *mobile wallet* yang merupakan sebuah layanan pembayaran yang diatur oleh peraturan keuangan dan dilakukan melalui perangkat *mobile*. *E-wallet* dianggap sebagai jenis *m-commerce* terbaru karena memungkinkan penggunaannya untuk melakukan transaksi, belanja *online*, pemesanan dan untuk berbagai layanan. (Sharma et al., 2017).

2.1.4.1 Dana

DANA merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang teknologi *financial* (fintech) hadir dengan tujuan meningkatkan kondisi keuangan orang Indonesia, dengan menawarkan layanan pembayaran dan transaksi non tunai dan non kartu. Saat ini perusahaan fintech yang bergerak pada bidang pembayaran, DANA telah mencapai 35.000.000 pengguna aktif pada akhir tahun 2019. Angka-angka tersebut berhasil diperoleh dalam kurun waktu 1 tahun 1 bulan (Cahya, 2020).

2.1.4.2 Flip

Flip adalah aplikasi legal yang terdaftar di Bank Indonesia dengan standar keamanan yang tinggi. Flip juga merupakan sebuah aplikasi yang diciptakan untuk melakukan transfer beda bank, pengisian saldo e-wallet tanpa biaya, pengiriman uang ke luar negeri, pembelian pulsa, paket data, listrik Prabayar/pascabayar, dan produk lainnya. Motto dari Flip yaitu “bebas transaksi, ke siapa saja”. Selama dengan motto yang dimiliki, flip juga terdapat manfaat dan tujuan diantaranya yaitu

untuk membantu pengguna menghemat biaya admin saat melakukan transfer antar bank. (Melvern Pradana, 2022)

2.1.4.3 Link aja

LinkAja merupakan sebuah aplikasi yang berbasis pada layanan keuangan elektronik yang dapat digunakan untuk berbagai transaksi keuangan secara *online* ataupun *offline*. LinkAja memiliki manfaat dan tujuan untuk memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran, transfer uang, serta transaksi yang beragam bagi penggunanya. Kemudahan dalam mengakses layanan pinjaman dan investasi online serta berdonasi atau membayar zakat juga dapat dirasakan ketika menggunakan aplikasi link aja. (Farah, 2023)

2.1.4.4 Gopay

GoPay merupakan dompet digital serba bisa. Mulai dari transaksi cepat untuk semua layanan Gojek dan ratusan rekan usaha, hingga mengirim atau menerima uang dengan mudah, semua bebas dilakukan bersama GoPay. Motto dari GoPay yaitu “layanan keuangan dalam genggaman, transaksi jadi lebih mudah.” Selaras dengan motto yang dimiliki oleh aplikasi gopay, terdapat manfaat dan tujuan diantaranya yaitu dapat membeli pulsa hingga membayar jenis tagihan, melayani pembayaran di layanan gojek, dapat mengakses layanan keuangan dalam genggaman seperti *PayLater* yang memungkinkan pembayaran sebula sekali dan bebas bunga, dapat mengirim atau menarik saldo Gopay ke pengguna lain atau ke rekening bank dengan mudah dan cepat. (GoPay, 2023)

2.1.4.5 Ovo

OVO adalah sebuah aplikasi smart yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online (OVO Cash) dan juga kesempatan yang lebih besar untuk mengumpulkan poin dibanyak tempat (OVO Point). Ovo merupakan bagian dari layanan Grab yang menyediakan berbagai solusi transportasi, maknan, belanja dan lainnya. (OVO, 2023)

2.1.5 Perilaku Konsumen

Kotler & Keller (2016) menjelaskan mengenai sebuah studi perilaku konsumen tentang bagaimana individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan keperluan mereka. Oleh karena itu, pemasar harus mampu memahami tingkah laku individu maksimum dari produk atau layanan yang telah ditawarkan.

Perilaku konsumen juga dapat dilihat dari salah satu teori konsumsi yang paling terkenal yang dikemukakan oleh Keynes. Teorinya menjelaskan tentang bagaimana hubungan antara pendapatan yang diterima saat ini dengan konsumsi. Artinya, pendapatan yang dimiliki dalam waktu tertentu dapat mempengaruhi tingkat konsumsi. Adapun apabila pendapatan meningkat maka konsumsi yang dilakukan juga akan meningkat. (Mankiw, 2007)

2.1.6 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Venkatesh *et al* (2003) menciptakan teori gabungan penerimaan dan penggunaan teknologi, juga dikenal sebagai teori gabungan penerimaan dan penggunaan teknologi (UTAUT). UTAUT berasal dari kombinasi delapan teori penerimaan teknologi sebelumnya, yaitu : teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*), model penerimaan teknologi (*technology acceptance model*), model motivasi (*motivational model*), teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*), model yang menggabungkan model penerimaan teknologi dan teori perilaku terencana (*a model combining the technology acceptance model and the theory of planned behavior*), model pemanfaatan PC (*model of PC utilization*), teori difusi inovasi (*innovation diffusion theory*), dan teori kognitif sosial (*social cognitive theory*).

UTAUT merupakan sebuah teori gabungan dari kedelapan teori penerimaan teknologi sebelumnya. Pada awal pengujian, terdapat tujuh konstruk yang memiliki pengaruh langsung terhadap niat penggunaan atau *intention to use*. Dari tujuh konstruk yang berpengaruh, hanya empat yang dianggap sebagai konstruk utama : ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort*

expectancy), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang memfasilitas (*facilitating condition*) (Venkatesh, *et al* : 2003). Empat konstruk utama yang diusulkan oleh Venkatesh digunakan dalam penelitian ini.

2.2 Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti mencari referensi-referensi jurnal terdahulu yang berkaitan dengan pembahasan yang akan diteliti yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *behavior intention*, dan *use behavior*. Jurnal tersebut akan diteliti untuk memperkuat alasan yang akan mendukung penelitian ini. Beberapa jurnal penelitian sebelumnya yang telah diteliti sebagai berikut:

1. Intarot dan Beokhaimook (2018)

Intarot dan Beokhaimook (2018) melakukan penelitian dengan judul “*influencing factor in E-wallet acceptance and use*” yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh *performance expectancy* terhadap *behavior intention*. Pada penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 400 responden dengan alat analisisnya yaitu SEM.

Persamaan pada penelitian yang telah digunakan yaitu menggunakan variabel yang sama berupa *performance expectancy* dan *behavior intention*, serta menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kuantitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu pada penelitian sebelumnya objek yang digunakan adalah pengguna e-wallet di Bangkok dan wilayah metropolitan. Pada penelitian ini objek yang digunakan yaitu mahasiswa/I muslim di Pulau Jawa.

2. Fathul Romadoni dan Al Banna (2022)

Penelitian dengan judul “Analisis Perilaku Masyarakat untuk berZISWAF secara digital melalui layanan *M-banking syariah* menggunakan model UTAUT” yang dilakukan oleh Fathul Romadoni dan Al Banna (2022). Fathul Romadoni dan Al Banna (2022) menghasilkan pengaruh positif yang diberikan oleh *performance expectancy* terhadap *behavior intention*. Penelitian tersebut

menggunakan sampel sebanyak 146 responden dengan alat analisisnya yaitu SEM-PLS.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan variabel yaitu variabel *performance expectancy* dan *behavior intention*, serta metode yang digunakan yaitu kuantitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu pada penelitian sebelumnya objek yang digunakan adalah masyarakat yang pernah berZISWAF. Pada penelitian ini objek yang digunakan yaitu mahasiswa/I muslim di Pulau Jawa.

3. Indarningsih (2023)

Indarningsih (2023) melakukan penelitian dengan judul “Zakat, infaq, shadaqah, and waqf using financial technology : Millennial generation perspective” dengan jumlah responden sebanyak 100. Dari penelitian tersebut didapat hasil bahwa terdapat pengaruh antara *effort expectancy* terhadap niat untuk menggunakan fintech.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan variabelnya yaitu *effort expectancy* dan *behavior intention*, serta metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu pada penelitian sebelumnya objek yang digunakan adalah milenial dari Sumatra, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara dan Papua. Pada penelitian ini objek yang digunakan yaitu mahasiswa/I muslim di Pulau Jawa.

4. Clarissa (2021)

Penelitian yang dilakukan oleh Clarissa pada tahun 2021 dengan judul “*Effort expectancy, Facilitating condition, dan Trust Untuk Memprediksi Behavior intention Pengguna E-Wallet*” dan sampel 212 responden. Dari penelitian tersebut didapat hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh *effort expectancy* terhadap *behavior intention*

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan variabelnya yaitu *effort expectancy* dan *behavior intention*, serta penggunaan metode penelitiannya yaitu kuantitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu pada penelitian sebelumnya objek yang digunakan adalah pengguna e-wallet. Pada penelitian ini objek yang digunakan yaitu mahasiswa/I muslim di Pulau Jawa.

5. Raihan & Rachmawati (2019)

Raihan dan Rachmawati melakukan penelitian dengan judul “*Analyzing Factors Influencing Continuance Intention of E-Wallet Adoption Using UTAUT2 Model (A Case Study of Dana Indonesia)*”. Pada penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa *social influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan variabelnya yaitu *social influence* dan *behavior intention*, serta penggunaan metode penelitiannya yaitu kuantitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu pada penelitian sebelumnya objek yang digunakan adalah pengguna aplikasi dana. Pada penelitian ini objek yang digunakan yaitu mahasiswa/I muslim di Pulau Jawa.

6. Rachmat et al (2020)

Rachmat et al (2020) melakukan penelitian dengan judul “*Penghimpunan Dana Zakat Indak Sedekah Berdasarkan Inrensi Perilaku Muslim Gen Y dalam Penggunaan Teknologi Digital Payment*”. Penelitian tersebut menggunakan sampel sebanyak 200 responden. Sehingga dari penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa *social influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan variabelnya yaitu *social influence* dan *behavior intention*, serta penggunaan metode penelitiannya yaitu kuantitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu pada penelitian sebelumnya objek yang digunakan adalah muslim Gen Y. Pada penelitian ini objek yang digunakan yaitu mahasiswa/I muslim di Pulau Jawa.

7. Fauzi (2018)

Penelitian yang dilakukan oleh Fauzi et al (2018) dengan judul “*The Influence of Behavior intention Againsts The Use behavior on The Use of Online Transportation Application (Case Study on User Go-Jek and Grab Among Telkom Student University)*”. Penelitian tersebut menggunakan sampel sebanyak 200 responden dan menggunakan alat analisis berupa SEM. Hasil dari penelitian tersebut yaitu *facilitating condition* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan variabelnya yaitu *facilitating condition* dan *behavior intention*, serta penggunaan metode penelitiannya yaitu kuantitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu pada penelitian sebelumnya objek yang digunakan adalah pengguna aplikasi transportasi online Bandung. Pada penelitian ini objek yang digunakan yaitu mahasiswa/I muslim di Pulau Jawa.

8. Cahyani *et al.* (2022)

Cahyani melakukan penelitian yang berjudul “*Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment : The Moderating Role of Knowledge of Zakat*”. Penelitian yang dilakukan oleh Cahyani menggunakan alat analisis berupa PLS-SEM dengan jumlah sampel 200 responden. Hasil dari penelitian yang dilakukan yaitu adanya pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavior intention*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan variabelnya yaitu *facilitating condition* dan *behavior intention*, serta penggunaan metode penelitiannya yaitu kuantitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu pada penelitian sebelumnya objek yang digunakan adalah umat Islam yang memiliki keinginan membayar zakat. Pada penelitian ini objek yang digunakan yaitu mahasiswa/I muslim di Pulau Jawa.

9. Manaf & Ariyanti (2017)

Manaf dan Ariyanti (2017) melakukan penelitian dengan judul “*Exploring Key Factors on Technology Acceptance of Mobile Payment Users in Indonesia Using Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model Use Case : ABC Easy Tap*”. Alat analisis berupa *Smart PLS*. Hasil dari penelitian tersebut menghasilkan *facilitating condition* memiliki pengaruh terhadap *use behavior*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan variabelnya yaitu *facilitating condition* dan *use behavior*, serta penggunaan metode penelitiannya yaitu kuantitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu pada penelitian sebelumnya objek yang digunakan adalah pengguna *ABC easy tabs*. Pada penelitian ini objek yang digunakan yaitu mahasiswa/I muslim di Pulau Jawa.

10. Najwa & Febriani (2018)

Penelitian yang dilakukan oleh Najwa dan Febriani dengan judul “*The Acceptance and Usage of Information Management System of BAZNAS (SIMBA) Using Unified Theory of Acceptance*”. Sampel yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu 35 responden. Hasil penelitian tersebut menghasilkan pengaruh signifikan antara *facilitating condition* terhadap *use behavior*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan variabelnya yaitu *facilitating condition* dan *use behavior*, serta penggunaan metode penelitiannya yaitu kuantitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu pada penelitian sebelumnya objek yang digunakan adalah pengguna Sistem Informasi Management BAZNAS (SIMBA) di Kota atau Kabupaten di Jakarta dan Jawa Barat. Pada penelitian ini objek yang digunakan yaitu mahasiswa/I muslim di Pulau Jawa.

11. Giandi et al. (2020)

Giandi *et al* (2020) melakukan penelitian dengan judul “*Determinants of Behavior Among Bukalapak’s Consumers*”. Pada penelitian tersebut sampel yang digunakan yaitu 210 responden dengan alat analisis yang digunakan yaitu SEM-PLS. Hasil dari penelitian tersebut menghasilkan pengaruh antara *behavior intention* dan *use behavior*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan variabelnya yaitu *behavior intention* dan *use behavior*, serta penggunaan metode penelitiannya yaitu kuantitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu pada penelitian sebelumnya objek yang digunakan adalah konsumen bukalapak. Pada penelitian ini objek yang digunakan yaitu mahasiswa/I muslim di Pulau Jawa.

12. Indah & Agustin (2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Indah dan Agustin (2019) dengan judul “*(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Untuk Memahami Niat dan Perilaku Aktual Pengguna GoPay Di Kota Padang*”. Penelitian tersebut menggunakan sampel sebanyak 150 responden dan alat analisis yang digunakan *smart PLS*. Hasil dari penelitian tersebut menghasilkan pengaruh yang signifikan antara *behavior intention* terhadap *use behavior*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan variabelnya yaitu *behavior intention* dan *use behavior*, serta penggunaan metode penelitiannya yaitu kuantitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu pada penelitian sebelumnya objek yang digunakan adalah pengguna aplikasi Gopay. Pada penelitian ini objek yang digunakan yaitu mahasiswa/I muslim di Pulau Jawa.

Perbedaan paling menonjol dari penelitian ini dengan 12 penelitian terdahulu yaitu penelitian ini berfokus pada infak dan sedekah serta objek yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa/I muslim yang berada di Pulau Jawa.

Tabel 2.2 Kajian Pustaka

No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Intarot dan Beokhaimook (2018)	<i>Influencing Factor in E-Wallet Acceptant and Use</i> Sampel: 400 responden Alat Analisis: SEM	<i>Performance Expectancy, Effort expectancy, Social influence, Facilitating condition</i>	Terdapat Pengaruh positif dan signifikan yang diberikan oleh <i>performance expectancy</i> terhadap <i>behavior intention</i>
2	Fathul Romadoni dan Al Banna (2022)	<i>Analisis Perilaku Masyarakat Untuk Ber-ZISWAF Secara Digital Melalui Layanan M-Banking Syariah Menggunakan Model UTAUT</i> Sampel: 146 responden Alat Analisis: SEM-PLS	<i>Performance Expectancy, Effort expectancy, Social influence, Facilitating conditions, Habit, Behavior intention, Trust</i>	Terdapat Pengaruh Positif dan signifikan yang diberikan oleh <i>performance expectancy</i> terhadap <i>behavior interntion</i>
3	Indarningsih (2023)	Zakat, infaq, shadaqah, and waqf using financial technology : Millennial generation perspective Sampel: 100 responden Alat Analisis: SEM-PLS	<i>Perfomance Expectancy, Effort expectancy, Social influence, Facilitating condition, User Behavior</i>	Terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh <i>effort expectation</i> terhadap penerimaan dan penggunaan zakat
4	Clarissa (2021)	<i>Effort expectancy, Facilitating condition, dan Trust Untuk Memprediksi</i>	<i>Effort expectancy, Facilitating</i>	Terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh

		<i>Behavior intention Pengguna E-Wallet</i> Sampel : 212 responden Alat Analisis : PLS-SEM	<i>condition, dan Trust</i>	<i>effort expectancy terhadap behavior intention</i>
5	Raihan dan Rachmawati (2019)	<i>Analyzing Factors Influencing Continuance Intention of E-Wallet Adoption Using UTAUT 2 Model (A Case Study of Dana Indonesia)</i> Alat Analisis : SEM	<i>Effort expectancy, Performance expectancy, Social influence, Facilitating conditions, Behavior intention, User behaviour</i>	<i>Social influence berpengaruh positif dan signifikan terhadap behavior intention</i>
6	Rachmat et al (2020)	Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y dalam Penggunaan Teknologi Digital Payment. Sampel : 200 responden Alat Analisis : SEM	<i>Performance Expectancy, Effort expectancy, Social influence, Facilitating condition, User Behavior</i>	<i>Social influence berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan ZISW</i>
7	Fauzi et al (2018)	<i>The Influence of Behavior intention Againsts The Use behavior on The Use of Online Transportation Application (Case Study on User Go-Jek and Grab Among Telkom Student University)</i> Sampel : 200 responden Alat Analisis : SEM	<i>Performance Expentacy, Effort expectancy, Facilitating conditions, Behavioral Intention, Use behavior</i>	<i>Facilitating conditions berpengaruh signifikan terhadap Behavior intention</i>
8	Cahyani et al (2022)	<i>Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment : The Moderating Role of Knowledge of Zakat</i> Sampel : 200 responden Alat Analisis : PLS-SEM	<i>Performance expectancy, social influence, facilitating condition, behavioral intention knowledge of zakat</i>	<i>Facilitating condition berpengaruh signifikan terhadap behavior intention</i>
9	Manaf dan Ariyanti (2017)	<i>Exploring Key Factors on Technology Acceptance of Mobile Payment Users in</i>	<i>Performance Expectancy, Effort expectancy, Social</i>	Terdapat pengaruh positif dan

		<i>Indonesia Using Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model Use Case: ABC Easy Tap</i> Alat Analisis: Smart PLS 2.0	<i>influence, Facillitating Condition,</i>	signifikan yang diberikan oleh <i>facilitating condition</i> terhadap <i>use behavior</i>
10	Najwa & Febriani (2018)	<i>The Acceptance and Usage Of Information Management System Of BAZNAS (SIMBA) Using Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology</i> Alat Analisis : regresi linear berganda	<i>Effort expectancy, Performance expectancy, Social influence, Facilitating condition, Behavioral Intention, Use behavior</i>	Terdapat pengaruh signifikan antara <i>facilitating condition</i> terhadap <i>use behavior</i>
11	Giandi et al (2020)	<i>Determinants of Behavior intention and Use Behavior Among Bukalapak's consumers.</i> Sampel: 210 responden Alat Analisis: SEM-PLS	<i>Behavior intention, User Behavior</i>	Terdapat pengaruh positif dan signifikan yang diberikan oleh <i>behavior intention</i> terhadap <i>use behavior</i>
12	Indah & Agustin (2019)	Penerapan Model UTAUT (<i>Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology</i>) Untuk Memahami Niat dan Perilaku Aktual Pengguna Go-Pay Di Kota Padang Sampel : 150 responden Alat Analaisis : SmartPLS	Harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, Memfasilitasi Kondisi, Niat Menggunakan, Perilaku Aktual Pengguna	Terdapat pengaruh signifikan antara <i>behavioral Intention</i> terhadap <i>use behavior</i>

Sumber : Data diolah, tahun 2023 .

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh *Performance expectancy* terhadap *Behavior intention*

Pada hipotesis *performance expectancy* terhadap *behavior intention* terdapat pengaruh positif dan signifikan yang dikemukakan oleh Intarot dan Beokhaimook (2018) serta Fathul Romadoni dan Al Banna (2022).

H1 : diduga terdapat pengaruh signifikan dari *Performance expectancy* terhadap *behavior intention*

2.3.2 Pengaruh *Effort expectancy* terhadap *Behavior intention*

Pada hipotesis *effort expectancy* terhadap *behavior intention* terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian tersebut dikemukakan oleh Indarningsih (2023) dan Clarissa (2021).

H2 : diduga terdapat pengaruh signifikan dari *effort expectancy* terhadap *behavior intention*

2.3.3 Pengaruh *Social influence* terhadap *Behavior intention*

Pada hipotesis *social influence* terhadap *behavior intention* terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian tersebut dikemukakan oleh Raihan dan Rachmawati (2019) dan Rachmat et al (2020).

H3 : diduga terdapat pengaruh signifikan dari *social influence* terhadap *behavior intention*

2.3.4 Pengaruh *Facilitating condition* terhadap *Behavior intention*

Pada hipotesis *facilitating condition* terhadap *behavior intention*, peneliti mendapatkan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Fauzi et al (Fauzi et al, 2018) serta Cahyani Cahyani et al., 2022. Pada penelitiannya, diperoleh hasil penelitian bahwa *facilitating condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior intention*.

H4 : diduga terdapat pengaruh signifikan dari *facilitating condition* terhadap *behavior intention*

2.3.5 Pengaruh *Facilitating condition* terhadap *Use behavior*

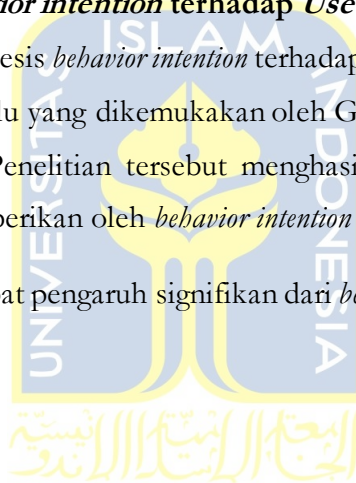
Pada hipotesis *facilitating condition* terhadap *use behavior* terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Manaf dan Ariyanti (2017) serta Najwa dan Febriani (2017).

H5 : diduga terdapat pengaruh signifikan dari *facilitating condition* terhadap *use behavior*

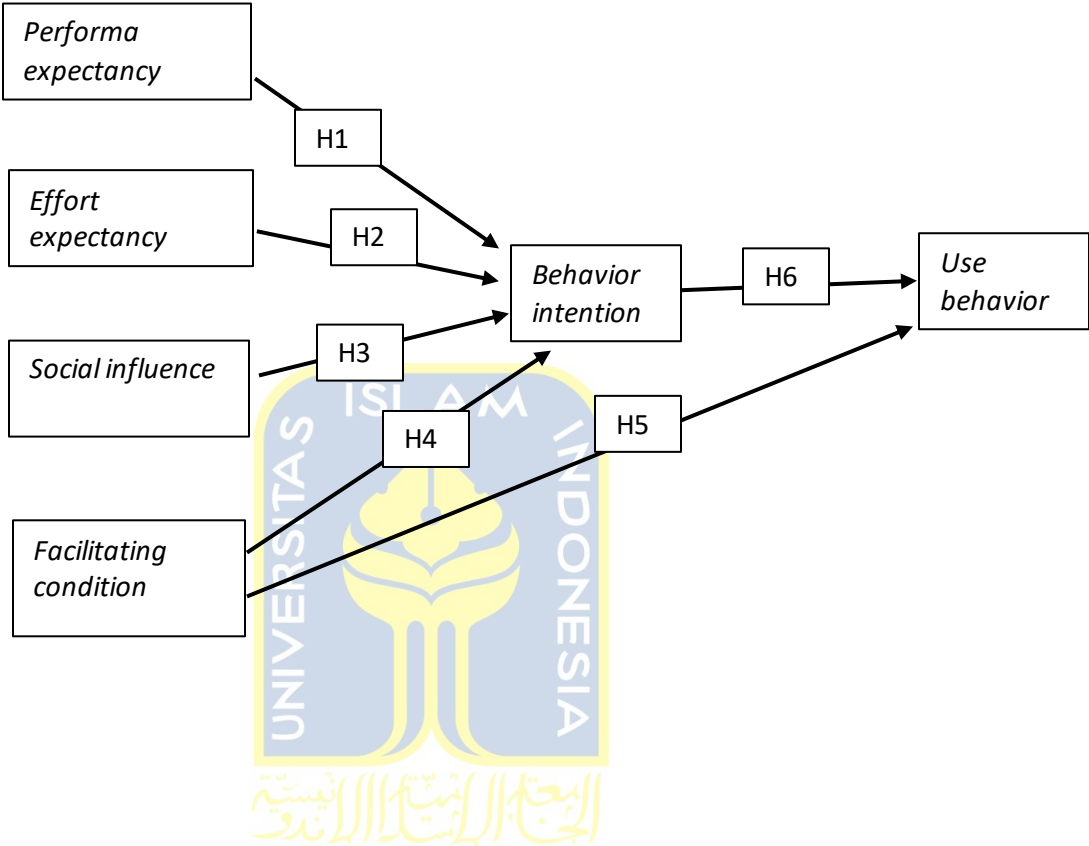
2.3.6 Pengaruh *Behavior intention* terhadap *Use behavior*

Pada hipotesis *behavior intention* terhadap *use behavior*, peneliti mendapatkan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Giandi et al (2020) serta Indah dan Agustin (2019). Penelitian tersebut menghasilkan pengaruh yang positif dan signifikan yang diberikan oleh *behavior intention* terhadap *use behavior*.

H6 : diduga terdapat pengaruh signifikan dari *behavior intention* terhadap *use behavior*



2.4 Kerangka Pikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yang lebih menekankan pada pengujian teori dengan mengukur variabel berdasarkan angka dan menggunakan teknik statistik untuk menganalisisnya.

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini objek yang digunakan adalah mahasiswa/I muslim dengan lokasi responden yaitu di Pulau Jawa.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2014) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa/I beragama Islam di pulau Jawa yang menggunakan *financial technology* dengan jumlah 226 responden. Metode yang digunakan adalah metode *simple random sampling*, yaitu pengumpulan data dengan cara acak (Ismail, 2018)

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari keseluruhan dan ciri-ciri yang dimiliki oleh suatu populasi. Apabila populasi tersebut besar, tentu tidak mungkin peneliti mempelajari semua yang ada pada populasi, beberapa kendala yang akan dihadapi di antaranya seperti keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka dalam hal ini perlu menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Selanjutnya apa yang dipelajari dari sampel akan mendapatkan kesimpulan yang nantinya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2009). Dalam

pengambilan sampel, responden yang diambil merupakan responden yang memenuhi kriteria dari peneliti. Adapun kriterianya dalam pengambilan sampel diantaranya :

1. Responden merupakan mahasiswa atau mahasiswi muslim di Pulau Jawa yang mempunyai aplikasi *M-banking dan E-Wallet*.
2. Responden merupakan mahasiswa atau mahasiswi muslim yang telah menggunakan transaksi menggunakan aplikasi *M-banking dan E-Wallet* minimal 2x transaksi.

3.4 Definisi Variabel Operasional

3.4.1 *Performance expectancy*

Performa expectancy atau ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai seberapa jauh penggunaan teknologi akan membantu pelanggan melakukan aktivitas-aktivitas tertentu (Venkatesh et al, 2012). Variabel *performa expectancy* memiliki beberapa indikator, beberapa diantaranya yaitu :

Tabel 3. 1 Indikator dari *Performance expectancy*

<i>Extrinsic Motivation</i>	Pengaruh kegunaan sistem dalam kehidupan sehari hari
<i>Relative Advantage</i>	Melakukan sesuatu dengan sistem yang memungkinkan pengguna tidak bekerja lebih dan menyingkat waktu
<i>Perceived Usefulness</i>	Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan produktivitas
<i>Job-fit</i>	Kemampuan sistem untuk meningkatkan kinerja individu
<i>Outcome Expectation</i>	Hasil yang diharapkan mengacu pada implementasi perilaku dalam penggunaan sistem

Sumber : Indrawati, P., (2017)

3.4.2 *Effort expectancy*

Effort expectancy atau ekspektasi usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem (Venkatesh et al, 2003). Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur *effect expectancy* yaitu :

Tabel 3. 2 Indikator dari *Effort expectancy*

<i>Perceived ease of use</i>	Kemudahan penggunaan adalah seberapa jauh seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan terbebas dari usaha yang sulit
<i>Complexity</i>	Tingkat dimana suatu sistem dipersepsikan sebagai sesuatu yang secara relative sulit untuk di pahami dan digunakan
<i>Ease of Use</i>	Kemudahan penggunaan adalah seberapa jauh suatu inovasi dianggap mudah untuk digunakan

Sumber : Sampat dan Sabat (2020)

3.4.3 *Social influence*

Social influence atau pengaruh sosial didefinisikan sebagai seberapa besar konsumen percaya bahwa orang-orang penting, seperti keluarga dan teman harus menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh *et al*, 2012).

Tabel 3. 3 Indikator dari *Social influence*

<i>Subjective Norma</i>	Norma subyektif didefinisikan sebagai persepsi individu bahwa sebagian besar orang yang penting baginya berpikir dia harus atau tidak harus melakukan perilaku yang dimaksud
<i>Social Factors</i>	Faktor sosial didefinisikan sebagai pemahaman individu tentang budaya subyektif kelompok di mana individu tersebut berada dan kesepakatan interpersonal spesifik yang telah dibuat individu dengan orang lain dalam situasi tertentu
<i>Image</i>	Citra atau kesan adalah sejauh mana para penggunaan terhadap suatu inovasi dirasakan untuk meningkatkan citra atau status seseorang dalam lingkungan sosial individu tersebut

Sumber : Indrawati, P., (2017)

3.4.4 *Facilitating condition*

Facilitating condition atau kondisi yang memfasilitasi mengacu pada persepsi konsumen tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan perilaku tersebut (Venkatesh *et al*, 2003)

Tabel 3. 4 Indikator dari *Facilitating condition*

<i>Perceived Behaviora</i>	Persepsi control perilaku dapat diartikan sebagai mencerminkan persepsi hambata internal dan eksternal pada perilaku dan mencakup efektivitas diri (<i>self efficiency</i>), kondisi fasilitas (<i>facilitating conditions</i>) sumber daya dan teknologi
<i>Facilitating conditions</i>	Kondision fasilitas didefinisikan sebagai faktor objektif di lingkungan yang telah disepakati oleh peneliti yang membuat tindakan muda dilakukan , termasuk penyediaan dalam dukungan komputer atau teknologi
<i>Compatibilty</i>	Kompatibilitis didefinisikan sejauh mana inovasi dapat dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, kebutuhan-kebutuhan dan pengalaman dari pengadopsi potensial

Sumber : (Indrawati, P., 2017)

3.4.5 *Behavior intention*

Behavior intention memiliki bukti bahwa peran kuat dalam membentuk pengguna dan penerapan sistem baru (Venkatesh et al, 2003). Menurut Mowen (2012) *behavioral intention* adalah keinginan konsumen untuk berperilaku menurut cara tertentu dalam membeli dan menggunakan suatu produk maupun jasa.

Tabel 3. 5 Indikator dari *Behavior intention*

Intention to Use	Dapat diartikan sebagai bentuk suatu produk atau jasa tertentu yang dianggap sesuai antara motif penggunaan dengan atribut atau karakteristik produk dan jasa yang dapat dipertimbangkan (Setiawan, 2020)
Loyalitas pelanggan	Komitmen mendalam untuk membeli ulang atau mengulang pola preferensi produk atau layanan dimasa yang akan datang yang menyebabkan pembelian berulang merk yang sama atau satu set walaupun ada keterlibatan faktor situasional dan upaya upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah merk. (Suwasito & Aliya, 2020)

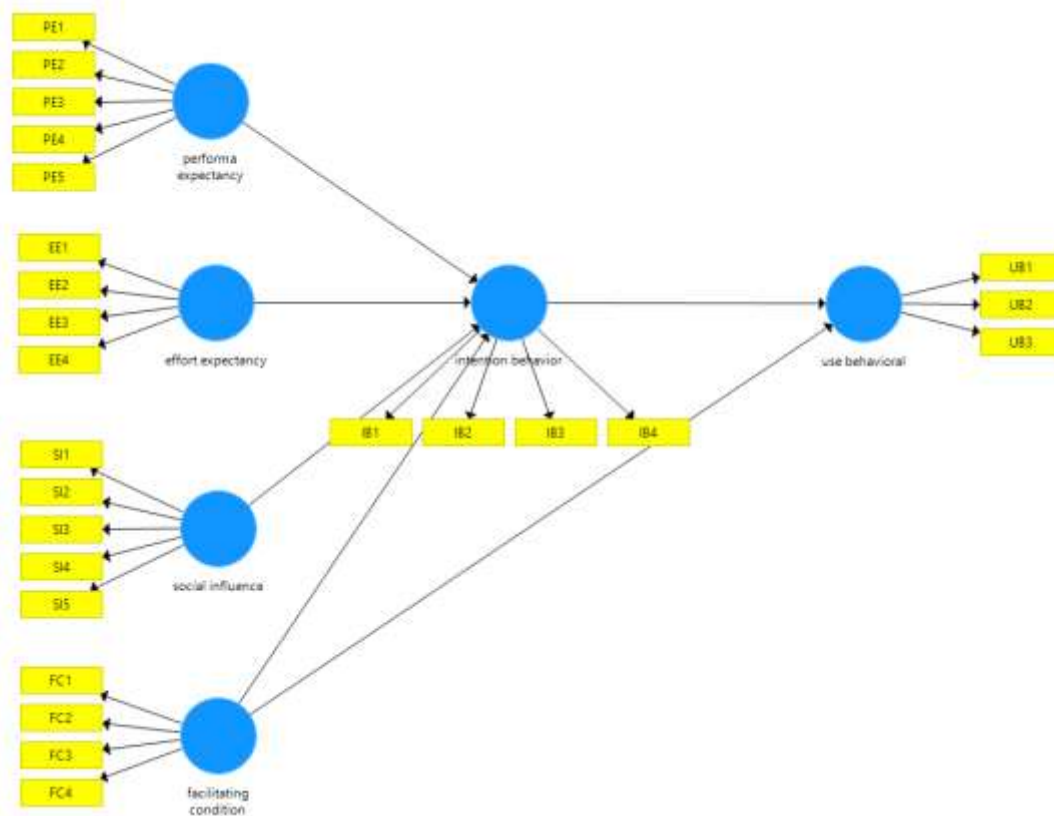
3.4.6 *Use behavior*

Use behavior merupakan perilaku dari pengguna dalam menggunakan teknologi informasi (Venkatesh, et al 2012). Menurut Bharata dan Widyaningrum (2017) *Use behavior* juga di definisikan sebagai teknologi informasi yang dapat mempengaruhi pelanggan. Dengan demikian teknologi informasi akan digunakan apabila pemakai teknologi informasi tersebut berminat dalam menggunakan teknologi informasi dan merasa difasilitasi. Karena keyakinan dan kenyamanan dalam menggunakan teknologi informasi tersebut pengguna akan lebih sering memanfaatkannya.

Tabel 3. 6 Indikator dari *Use behavior*

<i>Usage Time</i> (waktu penggunaan)	Waktu yang digunakan untuk menggunakan sistem teknologi
<i>Usage frequency</i> (frekuensi penggunaan)	Pengguna menggunakan sistem melebihi satu kali bahkan berkali-kali

3.5 Diagram Jalur



3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang diambil dari kuisisioner dan dibagikan melalui *google form* kepada mahasiswa muslim diseluruh Pulau Jawa.

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Skala yang digunakan untuk mengukur penelitian ini adalah skala *likert*. Kuesioner dibangun dalam format pilihan ganda dengan lima pilihan jawaban untuk setiap pertanyaan. Untuk memenuhi persyaratan analisis kuantitatif, sehingga jawaban dari setiap pertanyaan kuesioner perlu menggunakan skala Likert dan diberi skor 1 hingga 5.

Tabel 3. 7 Nilai Pengumpulan Skor

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Data diolah, 2023

3.7 Metode Analisis

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017), penelitian statistik deskriptif yaitu penelitian yang mendeskripsikan dan menganalisis data yang terkumpul. Penelitian statistic deskriptif menggunakan data yang terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan atau menggeneralisasi sesuatu agar diterima masyarakat. Metode ini bertujuan untuk menjadikan data mentah menjadi mudah dipahami dan lebih sederhana.

3.7.2 Analisis Partial Least Square (PLS)

Partial Least Square (PLS) merupakan metode analisis yang dikembangkan oleh Herman Wold. Menurut Yamin (2011) PLS dapat digunakan pada semua jenis skala data (nominal, ordinal, interval, dan rasio). Sehingga menjadikannya sebagai teknik analisis yang dapat diterapkan pada pesyaratan asumsi yang lebih fleksibel. Serupa dengan yang dikatakan oleh Ghozali dan Latan (2015), analisis PLS adalah sebuah teknik analisis yang kuat karena menggunakan sampel yang kecil dan tidak mengambil data pada skala tertentu.

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015), metode PLS memiliki beberapa keunggulan yaitu kemampuan untuk bekerja dengan model yang kompleks, kemampuan mengelola multikoleniaritas, menghasilkan hasil yang andal bahkan

dengan data yang hilang atau tidak normal, beroperasi dengan ukuran sampel yang kecil, dan menggunakan data dari berbagai jenis skala. Selain itu, metode analisis PLS juga dapat diterapkan ketika landasan model teoritis bersifat tentative, atau ketika pengukuran setiap variabel masih baru (Yamin, 2011). Sedangkan menurut Sholihin M dan Ratmono (2021) metode analisis PLS relatif lebih fleksibel, karena dapat menganalisis model pengukuran reflektif dan formatif, serta variabel dengan hanya satu indikator, tanpa ada masalah dalam mengidentifikasi variabel. Pada PLS Path Modelling terdapat dua model, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

3.7.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer model)

Model pengukuran digunakan untuk menilai uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument penelitian yang akan diukur. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep dan data digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab indikator-indikator dalam kuisioner atau instrument penelitian (Abdillah dan Jogiyanto, 2015).

Pengukuran *outer model* melibatkan beberapa pengujian yang terbagi menjadi dua uji validitas dan dua uji reliabilitas, seperti yang dikemukakan oleh Hair (2011)

1. Validitas Diskriminan atau *Discriminant validity*, yang dapat dilihat dari dua cara, yaitu dengan menggunakan hasil dari akar kuadrat *average variance extracted* (AVE) atau *Fornell-Larcker Criterion* yang mensyaratkan nilai konstruk lebih besar dari korelasi dengan konstruk lainnya. Cara selanjutnya adalah dengan melihat hasil *cross loading* pada setiap konstruk.
2. Validitas konvergen atau *Convergent validity*, ditentukan dengan melihat nilai AVE yang nilainya harus lebih besar dari 0,50.
3. *Indicator reliability*, dengan cara melihat hasil *loading* dari setiap indikator yang hasilnya harus lebih besar dari 0,70

4. *Internal consistency reliability*, dengan melihat hasil dari *composite reliability* yang hasilnya harus lebih dari 0,70.

3.7.2.2 Evaluasi Model Struktural (Inner model)

Model structural merupakan model untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel. Pada model structural terdapat 3 pengukuran yang diambil oleh peneliti.

1. R-Square

Hasil koefisien determinasi atau *r-square*, dapat digunakan untuk mengukur perubahan antara variabel bebas dan variabel terikat, rentang nilai *r-square* adalah antara 0 dan 1. Model prediksi akan lebih baik dengan tingkat yang lebih tinggi (Abdillah dan Jogiyanto, 2015). Menurut Hair (2011), ada tiga jenis hasil dari koefisien determinasi. Nilai 0,75 menunjukkan pengaruh signifikan dengan pengaruh yang kuat, 0,50 menunjukkan pengaruh signifikan dengan pengaruh yang moderat, serta 0,25 melambangkan pengaruh signifikan yang lemah.

2. F-Square

F-square merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen, tergolong ke dalam lemah, medium atau kuat. Pada buku yang ditulis Hair dkk (2017) terdapat batasan –batasan nilai yang diperkenalkan (Cohen, 1988). Menurut (Cohen, 1988) dalam uji F terdapat nilai batasan batasan mulai dari 0,02, 0,15, 0,35. Jika nilai f-square dari variabel eksogennya $0,02 \leq f^2 < 0,15$, maka termasuk ke dalam golongan small effect atau lemah. Jika nilai f-sqaure dari variabel eksogennya $0,15 \leq f^2 < 0,35$, maka termasuk ke dalam golongan medium effext, sedangkan jika nilai f-square dari variabel eksogennya $f^2 \geq 0,35$, maka termasuk ke dalam golongan large effect atau kuat.

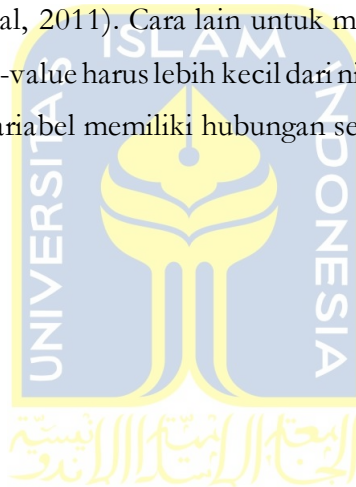
3. T-Test

T-test atau T-statistik merupakan sebuah pengujian yang digunakan sebagai pengambilan keputusan suatu signifikansi. Jika nilai t-statistik > nilai t

tabel, maka dikatakan pengaruhnya signifikan. Untuk melakukan pengujian t-test, langkah yang digunakan yaitu menggunakan metode bootstrapping dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dan untuk t-tabel dengan tingkat signifikansi yaitu 1,96. Apabila nilai t-test lebih besar dari nilai t-tabel, maka pengaruhnya signifikan.

3.7.2.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dapat dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat signifikansi antar variabel laten. Pengujian hipotesis biasanya dilakukan dengan membandingkan nilai p-value dengan nilai t-statistik yang ada, nilai t-statistik untuk two-tailed test adalah 1,65 (signifikan level = 10%), 1,96 (signifikan level = 5%) dan 2,58 (Hair et al, 2011). Cara lain untuk menguji hipotesis juga bisa dengan melihat hasil dari p-value harus lebih kecil dari nilai signifikansi 5% atau 0,05 untuk dikatakan suatu variabel memiliki hubungan secara signifikan (Hair et al, 2017).



BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data Penelitian

Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat 439 responden yang mengisi kuisioner yang dibagikan secara daring, namun jumlah tersebut merupakan hasil dari keseluruhan responden yang diperoleh dari seluruh provinsi di Indonesia. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi, yaitu responden merupakan mahasiswa/I muslim yang berasal dari Pulau Jawa dan pernah melakukan transaksi infak dan sedekah melalui platform digital. Oleh karena itu, penelitian ini hanya dapat menggunakan 226 responden yang memenuhi kriteria.

4.1.1 Analisis Deskriptif

Pada tahap ini analisis deskriptif digunakan untuk mengubah data mentah agar lebih mudah dipahami dan lebih ringkas. Namun, tidak dimaksudkan untuk membuat kesimpulan yang menggeneralisasi. Penelitian ini menggunakan dua macam analisis deskriptif. Pembagian ini sesuai dengan kuisioner yang telah dibagikan. Pertama mengenai deskripsi karakteristik responden dan yang kedua adalah deskripsi mengenai hasil tanggapan responden terhadap pernyataan dan pertanyaan yang diajukan.

4.1.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan karakteristik responden yang menjadi responden penelitian. Terdapat beberapa pengelompokan responden menurut karakteristiknya.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	125	44.69%

	Perempuan	101	55.30%
--	-----------	-----	--------

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan berjumlah lebih besar daripada responden laki-laki yaitu sebesar 55.30% dan 44.69%. Hal ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa mahasiswi di pulau jawa untuk berinfak dan sedekah melalui platform digital sangat tinggi.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
Status	Belum Menikah	224	99.11%
	Menikah	2	0.88%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui bahwa responden yang sudah memiliki status pernikahan memiliki presentase lebih kecil yaitu sebesar 0.88%. sedangkan responden yang belum memiliki status pernikahan memiliki presentase sebesar 99.11%.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
	Dibawah 19 tahun	23	10.17%
Umur	19-25 tahun	202	89.38%
	26-35 tahun	1	0.44%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui bahwa responden dengan umur 19-25 tahun merupakan responden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 202 responden dengan presentase 89.38%. Diikuti dengan responden yang berumur dibawah 19 tahun dengan jumlah responden sebanyak 23 dengan presentase sebesar 10.17%. Sedangkan 1 responden dengan umur 26-35 tahun memiliki presentase 0.44%.

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
Pendidikan Terakhir	Lulusan Sarjana (S1)	15	6.63%
	Lulusan SMA sederajat	211	93.36%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui bahwa responden dengan pendidikan terakhir terbanyak dari lulusan SMA sederajat yaitu sebesar 211 responden dengan presentase 93.36%. Sedangkan responden dengan pendidikan

terakhir sebagai lulusan sarjana yaitu sebanyak 15 responden dengan presentase 6.63%.

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
Pekerjaan	Mahasiswa	226	100%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5, responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa dengan jumlah responden sebesar 226 dan presentase sebesar 100%.

Tabel 4. 6 Frekuensi Pengeluaran Responden Perbulan

Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
	$\leq 2.500.000$	184	81.41%
Frekuensi Pengeluaran Perbulan	2.600.000-5.000.000	41	18.14%
	5.100.000 – 7.500.000	1	0.44%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6, sebanyak 184 responden dengan frekuensi pengeluaran terbanyak dengan nominal $\leq 2.500.000$ dan presentase sebesar 81.41%. frekuensi pengeluaran sebesar 2.600.000 – 5.000.000 dengan jumlah responden sebanyak 41 responden dan presentasinya berada pada titik 18.41%. Sedangkan responden dengan frekuensi pengeluaran dengan hanya 1 responden dengan frekuensi pengeluarannya sebesar 5.100.000 - 7.500.000 dan presentase paling rendah pada nilai 0.44%.

Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Platfrom Fintech yang Digunakan

Data Deskriptif	Jumlah Platform yang Digunakan	Jumlah Responden	Presentase (%)
	1	62	27.43%
Platform pembayaran online	2	54	23.89%
	3	46	20.35%
	4	36	15.92%
	5	22	9.73%
	6	4	1.76%
	7	2	0.88%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7, terdapat 7 platform yang digunakan oleh 226 responden pada penelitian ini. Beberapa platform tersebut yaitu M-banking, Dana, Flip, Gopay, Link Aja, Ovo dan Lainnya. Namun dari 226 responden tersebut, terdapat 62 responden yang menggunakan hanya 1 platform diantara 7 platform yang telah disediakan dengan presentase 27.43%.

Terdapat 54 responden yang menggunakan 2 platform pembayaran online dengan 13 variasi dari 7 platform yang tersedia, presentase pada 54 responden ini yaitu sebesar 23.89%.

Sebanyak 46 responden yang menggunakan 3 platform pembayaran online dengan 12 variasi dari 7 platform yang tersedia. Presentase pada 46 responden ini yaitu sebesar 20.35%.

36 responden dari 226 responden menggunakan 4 platform pembayaran online dengan 8 variasi dari 7 platform yang tersedia. Pada penelitian ini, presentase dari penelitian 36 responden berada pada tingkat 15.92%.

Terdapat 22 responden yang menggunakan 5 platform, 4 responden menggunakan 6 platform dan 2 responden lainnya menggunakan semua platform. Pada penelitian ini, 22 responden dengan penggunaan 5 platform memiliki presentase sebesar 9.73%. Sedangkan 4 responden yang menggunakan 6 platform memiliki presentase sebesar 1.76% dan 2 responden yang menggunakan semua platform memiliki presentase yang paling rendah yaitu berada pada titik presentase sebesar 0.88%.

Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Presentase(%)
	1-2 tahun	87	38.49%
Lama menggunakan	2-3 tahun	44	19.46%
	< 1 tahun	44	19.46%
	>3 tahun	51	22.56%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8, karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan platform pembayaran digital ini dimulai dari 1-2 tahun dengan jumlah responden sebesar 38.49%, 2-3 tahun dengan presentase 19.46%, <1 tahun dengan presentase 19.46% dan >3 tahun presentasinya yaitu sebesar 22.56%.

Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Infak dan Sedekah dalam Sebulan

Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Presentase(%)
	≤ Rp 25.000	95	42.03%
	Rp 26.000 – Rp 50.000	71	31.41%
	≤ Rp 30.000	4	1.76%
	Rp 51.000 – Rp 75.000	19	8.40%
	Rp 76.000 – Rp 100.000	20	8.84%
Rata – rata pengeluaran infak dan sedekah dalam sebulan	≥ Rp 100.000	1	0.44%
	≥ Rp 250.000	4	1.76%
	Rp 101.000 – Rp 150.000	7	3.09%
	Rp 151.000 – Rp 200.000	4	1.76%
	Rp 201.000 – Rp 250.000	1	0.44%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9, rata rata pengeluaran infak dan sedekah dari 226 responden dalam sebulan yaitu sebanyak 95 responden memiliki rata-rata pengeluaran infak dan sedekah dalam sebulan sebesar \leq Rp.25.000 dengan persentasenya yaitu 42.03%. sebanyak 75 responden memiliki rata rata pengeluaran infak dan sedekah dalam sebulan yaitu sebesar Rp.26.000-Rp.50.000 dengan presentase 33.18%. Rp.51.000-Rp.75.000 dengan 19 responden dan presentase mencapai 8.40%. Sebanyak 20 responden memiliki rata-rata pengeluaran infak dan sedekah dalam sebulan yaitu sebesar Rp.76.000-Rp.100.000 dengan presentase 8,84%, sebanyak 7 responden memiliki rata-rata pengeluaran infak dan sedekah dalam sebulan yaitu sebesar Rp.100.000-Rp.150.000 dengan presentase 3,09%, sebanyak 4 responden dengan presentase 1,76% memiliki rata rata pengeluaran infak dan sedekah sebesar Rp.151.000-Rp.200.000,1 responden dengan presentase 0,44% memiliki pengeluaran infak dan sedekah dalam sebulan sebesar Rp.201.000-Rp.250.000 dan 4 responden memiliki pengeluaran infak dan sedekah dalam sebulan yaitu \geq 250.000 dengan presentase mencapai 1,76%.

Tabel 4. 10 karakteristik responden berdasarkan asal provinsi

Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Presentase(%)
	Banten	9	3.98%
	DI Yogyakarta	52	23%
Provinsi	DKI Jakarta	11	4.86%
	Jawa Barat	42	18.58%
	Jawa Tengah	92	40.70%
	Jawa Timur	20	8.84%

Sumber : Data diolah, 2023

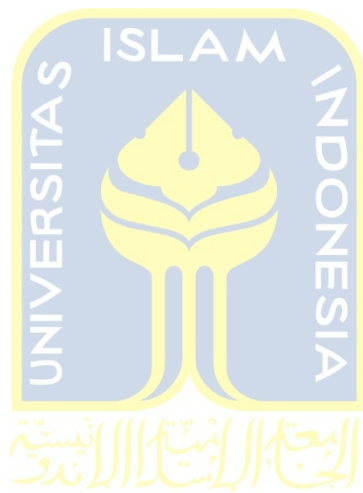
Berdasarkan tabel 4.10, responden dengan asal provinsi terbanyak yaitu berada pada Jawa Tengah dengan 92 responden dan dengan presentase 40.70%. diikuti oleh 52 responden dari DI Yogyakarta dengan presentase 23%, 42 responden dari Jawa Barat dengan presentase 18.58%, Jawa Timur dengan 20 responden dan presentasinya mencapai 8.84%, 11 responden berasal dari DKI Jakarta dengan 4.86% dan responden dengan jumlah paling rendah pada penelitian ini yaitu responden yang berasal dari Banten dengan presentase 3.98%.

Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Performa Expectancy

Indikator	Frekuensi		2		3		4		5	
		%		%		%		%		%
PE1	2	0.88%	7	3.09%	35	15.48%	80	35.39%	102	45.13%
PE2	2	0.88%	2	0.88%	29	12.83%	68	30.08%	125	55.30%
PE3	2	0.88%	3	1.32%	21	9.29%	52	23%	148	65.48%
PE4	2	0.88%	4	1.76%	29	12.83%	69	30.53%	122	53.98%
PE5	2	0.88%	8	3.53%	45	19.91%	86	38.05%	85	37.61%
Total	10	4.4%	24	10.58%	159	14.06%	355	31.41%	582	51.5%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.11, tabel diatas menunjukkan distribusi jawaban pada variabel performa expectancy. Indikator PE1-PE5 merupakan salah satu indikator yang frekuensinya dapat dikatakan rendah. Frekuensi tidak setuju, netral, dan setuju berada pada indikator PE5, sedangkan frekuensi sangat setuju berada pada indikator PE3. Secara keseluruhan frekuensi sangat setuju yang paling banyak dipilih dalam variabel performa expectancy yaitu sebesar 51.5% dan frekuensi sangat tidak setuju yaitu sebesar 4.44%.



Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Effort Expentancy

Indikator	Frekuensi		2		3		4		5	
	1	%	1	%	1	%	1	%	1	%
EE1	2	0.88 %	7	3.09 %	46	20.35 %	69	30.53 %	10 2	45.13 %
EE2	2	0.88 %	6	2.65 %	32	14.15 %	78	34.51 %	10 8	47.78 %
EE3	2	0.88 %	5	2.21 %	34	15.04 %	76	33.62 %	10 9	48.23 %
EE4	2	0.88 %	5	2.21 %	28	12.38 %	84	37.16 %	10 7	47.34 %
Total	8	0.88 %	2 3	5.75 %	14 0	35%	30 7	76.75 %	42 6	106.5 %

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.12, tabel diatas menunjukkan distribusi jawaban pada variabel *effort expectancy*. Frekuensi sangat tidak setuju berada pada indikator EE1, EE2, EE3, EE4. Frekuensi tidak setuju dan netral berada pada indikator EE1, Frekuensi setuju berada pada indikator EE4 dan frekuensi sangat setuju berada pada indikator EE3. Secara keseluruhan frekuensi sangat setuju paling banyak dipilih dalam variabel *effort expectancy* yaitu sebesar 107%. sedangkan frekuensi sangat tidak setuju yaitu sebesar 0.88%.

Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Social influence

Indikator	Frekuensi		2		3		4		5	
	1	%	1	%	1	%	1	%	1	%
SI1	2	0.88 %	1 1	4.86 %	57	25.22 %	76	33.68 %	80	35.39 %
SI2	1 0	4.42 %	2 1	9.29 %	73	32.30 %	67	29.64 %	55	24.33 %

SI3	5	2.21 %	1 0	4.42 %	58	25.66 %	79	34.95 %	74	32.74 %
SI4	1 3	5.75 %	1 4	6.19 %	52	23%	71	31.41 %	76	33.62 %
SI5	3	1.32 %	3	1.32 %	60	26.54 %	80	35.39 %	80	35.39 %
Total	3 3	6.6%	5 9	11.8 %	30 0	60%	37 3	74.6%	36 5	73%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13, tabel di atas menunjukkan distribusi jawaban responden pada variabel *social influence*. Frekuensi sangat tidak setuju paling banyak pada indikator SI4, frekuensi tidak setuju dan netral berada pada indikator SI2. Frekuensi setuju berada pada indikator SI5 dan frekuensi sangat setuju berada pada indikator SI1 dan SI5. Secara keseluruhan dalam variabel *social influence*, frekuensi setuju paling banyak dipilih, yaitu sebanyak 74.6% dan pada frekuensi sangat tidak setuju paling sedikitnya yaitu berada pada presentase 6.6%.

Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap *Facilitating condition*

Indikator	Frekuensi		1		2		3		4		5	
		%		%		%		%		%		%
FC1	0	0%	8	3.53 %	46	20.35 %	83	36.72 %	89	39.38 %		
FC2	1	0.44%	3	1.32 %	53	23.45 %	92	40.70 %	77	34.07 %		
FC3	1	0.44%	4	1.76 %	36	15.92 %	94	41.59 %	91	40.26 %		
FC4	1	0.44%	9	3.98 %	59	26.10 %	82	36.28 %	75	33.18 %		
Total	3	0.75	2 4	6%	19 4	48.5%	35 1	87.75 %	33 2	83%		

Sumber : Data diolah, 2023

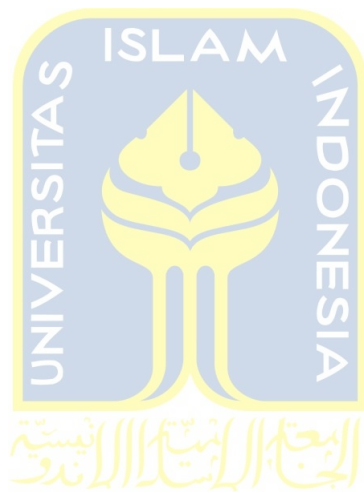
Berdasarkan tabel 4.14, tabel diatas menunjukkan distribusi jawaban responden pada variabel *facilitating condition*. Frekuensi tidak sangat setuju paling sedikit yaitu berada pada indikator FC1, frekuensi tidak setuju dan netral berada pada indikator yang sama yakni FC4. Sama halnya pada frekuensi setuju dan sangat setuju keduanya berada pada indikator yang sama pula yakni FC3. Secara keseluruhan dalam variabel *facilitating condition*, frekuensi setuju paling banyak dipilih yaitu sebanyak 87.75% dan pada frekuensi sangat tidak setuju paling sedikitnya yaitu berada pada presentase 0.75%.

Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap *Behavior intention*

Indikator	Frekuensi		2		3		4		5	
	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%
IB1	3	1,32 %	7	3,09 %	56	24,77 %	85	37,61 %	75	33,18 %
IB2	1	0,44 %	20	8,84 %	69	30,53 %	74	32,74 %	62	27,43 %
IB3	7	3,09 %	26	11,5 %	80	35,39 %	58	25,66 %	55	24,33 %
IB4	2	0,88 %	11	4,86 %	65	28,76 %	82	36,28 %	66	29,20 %
Total	13	3,25 %	64	16%	260	65%	299	74,75 %	258	64,5 %

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.15, tabel diatas menunjukkan distribusi jawaban responden pada variabel intention behavior. Frekuensi sangat tidak setuju paling banyak yaitu berada pada indikator IB3, frekuensi tidak setuju dan netral paling sedikit berada pada indikator IB1, sedangkan frekuensi setuju dan sangat setuju paling banyak berada pada indikator yang sama yaitu IB1. Secara keseluruhan dalam variabel intention behavior, frekuensi setuju paling banyak dipilih dengan presentase mencapai 74,75% dan frekuensi sangat tidak setuju berada pada presentase sebesar 3,25%.



Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Responden terhadap *Use behavioral*

Indikator	Frekuensi									
	1	2	3	4	5					
		%		%		%		%		%
UB1	3	1,32 %	20	8,84 %	75	33,18 %	75	33,18 %	53	23,45 %
UB2	7	3,09 %	37	16,37 %	76	33,62 %	56	24,77 %	50	22,12 %
UB3	7	3,09 %	27	11,94 %	74	32,74 %	66	29,20 %	52	23 %
Total	17	5,67 %	84	28 %	225	75 %	197	65,67 %	155	51,67 %

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.16, tabel diatas menunjukkan distribusi jawaban responden pada variabel *use behavioral*. Frekuensi sangat tidak setuju paling sedikit yaitu berada pada indikator UB1, frekuensi tidak setuju dan netral paling banyak yaitu berada pada indikator yang sama yaitu UB2. Sama halnya dengan frekuensi setuju dan sangat setuju berada pada indikator yang sama yaitu UB1. Secara keseluruhan dalam variabel *use behavioral*, frekuensi netral paling banyak dipilih dengan presentase mencapai 75% dan frekuensi sangat tidak setuju menjadi frekuensi dengan presentase paling sedikitnya 5,67%.

4.1.2 Analisis Partial Least Square (PLS)

Dalam proses analisis Partial Least Square (PLS), terdapat dua macam evaluasi yang perlu dilakukan, yaitu evaluasi model pengukuran (outer model) dan model structural (inner model).

4.1.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (outer model)

Evaluasi model pengukuran atau outer model merupakan penilaian terhadap validitas dan reliabilitas variabel penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis uji validitas, yaitu *discriminant validity* dan *convergent validity*.

1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen dilakukan untuk melihat bagaimana indikator-indikator yang ada merepresentasikan dan menjelaskan variabel latennya. Hasil dari penelitian ini yaitu semua variabel valid karena nilai *outer loading* yang lebih dari 0.7

Tabel 4. 17 *outer loading*

	behavioral intention	<i>effort expectancy</i>	<i>facilitating condition</i>	performa expectancy	<i>social influence</i>	<i>use behavioral</i>
BI1	0,857					
BI2	0,898					
BI3	0,867					
BI4	0,926					
EE1		0,872				
EE2		0,901				
EE3		0,821				
EE4		0,808				
FC1			0,868			
FC2			0,874			
FC3			0,845			
FC4			0,881			
PE1				0,864		
PE2				0,888		
PE3				0,835		
PE4				0,887		
PE5				0,836		
SI1					0,830	
SI2					0,803	
SI3					0,838	
SI4					0,841	
SI5					0,832	
UB1						0,899
UB2						0,908
UB3						0,915

Sumber : Data diolah, 2023

2. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan digunakan untuk melihat bagaimana hubungan antar variabel laten. Pengecekan validitas diskriminan dapat dilihat dari nilai Fornell Larcker criterion dan cross loading.

Tabel 4. 18 Nilai Fornell Larcker criterion

	<i>effort expectancy</i>	<i>facilitating condition</i>	intention behavior	performa expectancy	<i>social influence</i>	<i>use behavioral</i>
<i>effort expectancy</i>	0,852					
<i>facilitating condition</i>	0,735	0,867				
intention behavior	0,600	0,602	0,888			
performa expectancy	0,810	0,699	0,659	0,862		
<i>social influence</i>	0,582	0,566	0,689	0,590	0,829	
<i>use behavioral</i>	0,499	0,588	0,761	0,520	0,676	0,907

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel 4. 19 cross loading

	behavioral intention	<i>effort expectancy</i>	<i>facilitating condition</i>	performa expectancy	<i>social influence</i>	<i>use behavioral</i>
BI1	0,857	0,644	0,612	0,677	0,570	0,562
BI2	0,898	0,553	0,555	0,572	0,574	0,702
BI3	0,867	0,403	0,405	0,463	0,640	0,719
BI4	0,926	0,537	0,566	0,632	0,659	0,714
EE1	0,527	0,872	0,661	0,707	0,529	0,427
EE2	0,540	0,901	0,680	0,725	0,542	0,457
EE3	0,502	0,821	0,623	0,687	0,436	0,413
EE4	0,471	0,808	0,531	0,637	0,471	0,400

FC 1	0,457	0,660	0,868	0,602	0,471	0,447
FC 2	0,563	0,585	0,874	0,578	0,456	0,556
FC 3	0,492	0,659	0,845	0,617	0,458	0,434
FC 4	0,558	0,656	0,881	0,630	0,568	0,578
PE 1	0,607	0,654	0,626	0,864	0,584	0,507
PE 2	0,526	0,762	0,638	0,888	0,474	0,394
PE 3	0,458	0,715	0,590	0,835	0,368	0,334
PE 4	0,568	0,715	0,593	0,887	0,472	0,424
PE 5	0,644	0,660	0,569	0,836	0,600	0,539
SI1	0,614	0,558	0,596	0,560	0,830	0,571
SI2	0,459	0,360	0,351	0,365	0,803	0,539
SI3	0,564	0,519	0,469	0,498	0,838	0,563
SI4	0,559	0,449	0,417	0,454	0,841	0,543
SI5	0,632	0,496	0,479	0,537	0,832	0,583
UB 1	0,722	0,508	0,574	0,495	0,611	0,899
UB 2	0,682	0,405	0,484	0,449	0,627	0,908
UB 3	0,665	0,440	0,539	0,469	0,603	0,915

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel fornell larcker dan cross loading, uji validitas diskriminan atau *discriminant validity* sudah tepat karena nilainya lebih tinggi daripada nilai konstruk dibandingkan dengan indikator pada konstruk lainnya.

3. *Average Variance Extracted*

Tabel 4. 20 AVE

	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
<i>effort expectancy</i>	0,725	Valid

<i>facilitating condition</i>	0,751	Valid
<i>intention behavior</i>	0,788	Valid
<i>performa expectancy</i>	0,743	Valid
<i>social influence</i>	0,687	Valid
<i>use behavioral</i>	0,823	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Pada tabel diatas, seluruh variabel memiliki nilai AVE diatas 0,50 yang berarti bahwa tiap tiap variabel laten dapat menjelaskan rata-rata lebih dari setengah varian dari indikator-indikatornya dan data-data yang dimiliki sudah valid dan dapat digunakan.

4. *Composite Reliability*

Reliabilitas konsistensi internal suatu variabel dapat dilihat dari nilai composite reliability-nya, nilai yang bisa dikatakan reliable ialah diatas 0,70.

Tabel 4. 21 Nilai Composite Reliability

	Composite Reliability	Keterangan
<i>effort expectancy</i>	0,913	Reliabel
<i>facilitating condition</i>	0,924	Reliabel
<i>intention behavior</i>	0,937	Reliabel
<i>performa expectancy</i>	0,935	Reliabel
<i>social influence</i>	0,917	Reliabel
<i>use behavioral</i>	0,933	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2023

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa keenam variabel pada penelitian ini secara keseluruhan telah memenuhi syarat yaitu memiliki nilai composite reliability yang melebihi angka 0,70 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bernilai reliable.

4.1.2.2 Evaluasi Model Struktural (inner model)

Evaluasi model structural atau inner model dievaluasi dengan melihat nilai koefisien determinasi (R-square), f-square, dan t-test.

1. Uji R-Square

Nilai R-square digunakan untuk menilai pengaruh substantive variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4. 22 R-Square

	R Square	R Square Adjusted
<i>Behavior intention</i>	0,583	0,575
<i>use behavioral</i>	0,606	0,603

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa koefisien determinasi terletak pada nilai r-square. Pada model ini nilai koefisien determinasi yaitu 0,583 atau 58,30% pada variabel intention behavior dan 0,606 atau 60,60% pada variabel *use behavioral*.

2. T-test atau T-statistik

Tabel 4. 23 T-Test

	T-statistik
Performa Expectancy -> <i>Behavior intention</i>	2,802
<i>Effort expectancy</i> -> <i>Behavior intention</i>	0,102
<i>Social influence</i> -> <i>Behavior intention</i>	6,206
<i>Facilitating condition</i> -> <i>Behavior intention</i>	1,545
<i>Facilitating condition</i> -> <i>Use behavior</i>	2,410
<i>Behavior intention</i> -> <i>Use behavior</i>	8,375

Sumber : Data diolah, 2023

Pada tabel diatas, hasil dari T-test yang memiliki nilai >1,96 yaitu *social influence* terhadap intention behavior, *facilitating condition* terhadap intention behavior, *facilitating condition* terhadap intention behavior, intention behavior

terhadap *use behavior*. Dengan demikian, keempat komponen dapat dikatakan memiliki nilai yang signifikan. Sedangkan dua komponen lainnya yaitu *performa expectancy* dan *effort expectancy* terhadap *intention behavior* memiliki nilai kurang dari 1,96. Sehingga dua komponen tersebut memiliki nilai yang tidak signifikan.

3. F-Square (f²)

Tabel 4. 24 F-Square

	Intention Behavior	<i>Use behavior</i>	Keterangan
Performa Expectancy	0,071		Lemah
<i>Effort expectancy</i>	0,000		Sangat lemah
<i>Social influence</i>	0,260		Sedang
<i>Facilitating condition</i>	0,023		Lemah
<i>Facilitating condition</i>		0,067	Lemah
Intention Behavior		0,661	Kuat
<i>Use behavior</i>			

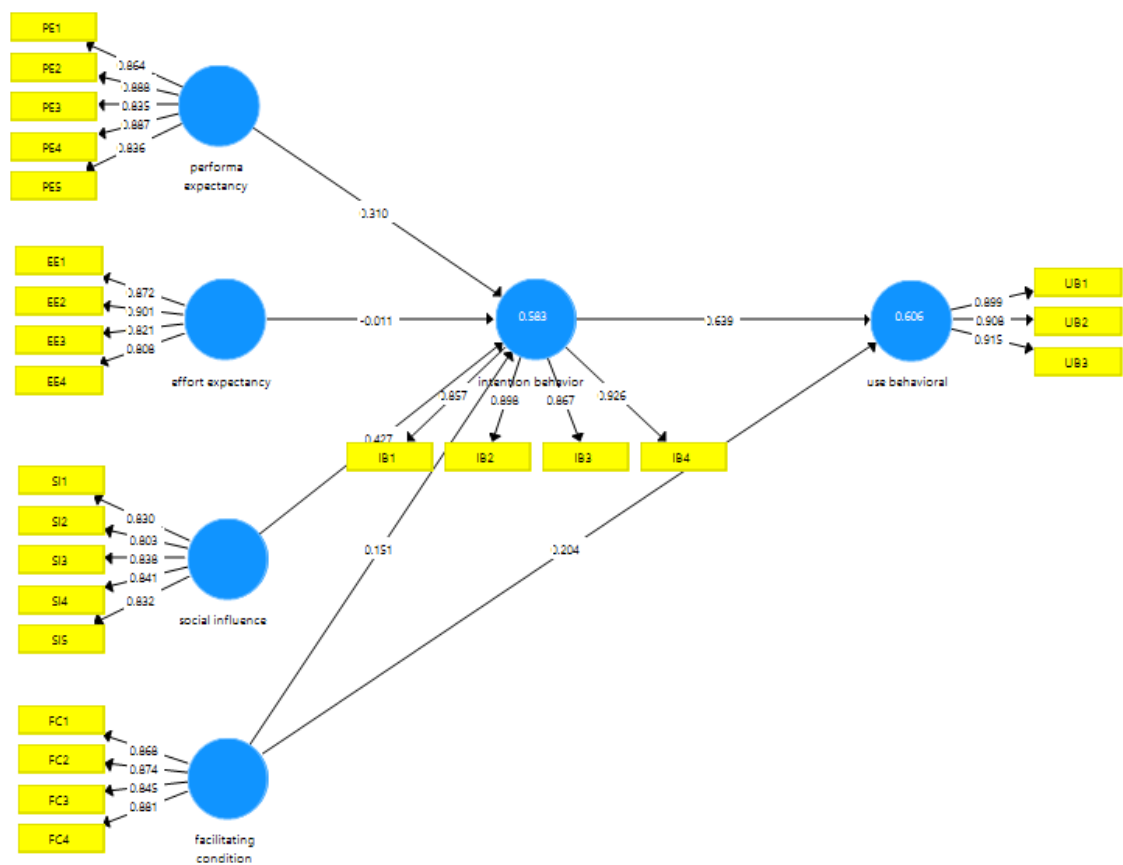
Sumber : Data diolah, 2023

Pada tabel diatas nilai f-square yang nilainya lebih besar atau sama dengan 0,02 dan lebih kecil dari 0,15 disebut dengan small effect atau memiliki nilai yang lemah. Beberapa diantaranya yaitu *performa expectancy* terhadap *intention behavior*, *facilitating condition* terhadap *intention behavior*, dan *facilitating condition* terhadap *use behavior*. Nilai f-square yang nilainya lebih besar atau sama dengan 0,15 dan lebih kecil dari 0,35 disebut dengan medium effect atau memiliki nilai yang sedang. Variabel yang masuk dalam kategori nilai yang sedang ini yaitu *social influence*

terhadap intention behavior. Intention behavior terhadap *use behavior* dmasuk ke dalam kategori large effect. Karena nilai f-squarenya lebih besar dari 0,35. Sedangkan, nilai f-square yang nilainya dibawah 0,02 disebut dengan nilai f-square yang sangat lemah. Variabel yang masuk ke dalamnya yaitu *effort expectancy* terhadap *behavior intention*.

4.2 Diagram Jalur

Diagram jalur pada pengujian ini didapat dari aplikasi SmartPLS3.



sumber : Data diolah, 2023

4.2.1.1 Uji Hipotesis

Uji hipotesis menentukan apakah variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Uji ini menggunakan metode bootstrapping dengan number of bootstrap sebanyak 500 subsamples.

Tabel 4. 25 Uji Hipotesis

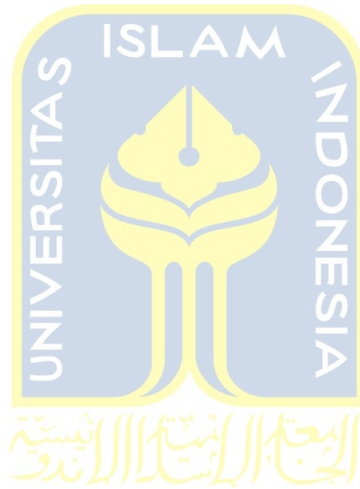
No	Hipotesis	Hasil uji PLS			Keterangan
		<i>Original sample</i>	<i>T Statistic</i>	<i>P Value</i>	
1	<i>Performa expectancy</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention</i>	0.310	2,802	0.005	Diterima
2	<i>Effort expectancy</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention</i>	-0.011	0,102	0.919	Ditolak
3	<i>Social influence</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention</i>	0.427	6,206	0.000	Diterima
4	<i>Facilitating condition</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention</i>	0.151	1,545	0.123	Ditolak
5	<i>Facilitating condition</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>use behavior</i>	0.204	2,410	0.016	Diterima
6	<i>Behavior intention</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>use behavior</i>	0.639	8,375	0.000	Diterima

Sumber : Data diolah, 2023

Suatu variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel lainnya dapat dilihat dengan P Value yang harus lebih kecil dari 0,05 (5%) dan juga nilai t-statistics yang harus lebih besar dari 1,96.

1. *Performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention* karena memiliki nilai p value 0.005 yang lebih kecil dari 0.05, nilai t-statistik 2.802 yang lebih besar dari 1.96 dan koefisien jalur (*original sample*) sebesar 0.310. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan *performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention* memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat mahasiswa dalam berinfak dan bersedekah menggunakan platform digital diterima.
2. *Effort expectancy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention* karena memiliki nilai p value yang lebih besar dari 0.05 yaitu sebesar 0.919, nilai t-statistik 0.102 yang lebih rendah dari 1.96, dan koefisien jalur (*original sample*) sebesar -0.011. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan *effort expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention* ditolak.
3. *Social influence* memiliki pengaruh terhadap *behavior intention* karena memiliki nilai p value kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0.000, nilai t-statistik yang lebih besar dari 1.96 yaitu sebesar 6.206 dan koefisien jalur (*original sample*) yaitu sebesar 0.427. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan *social influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention* diterima.
4. *Facilitating condition* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavior intention* karena memiliki nilai p value lebih dari 0.05 yaitu sebesar 0.123, nilai t-statistik yang lebih rendah dari 1.96 yaitu sebesar 1.545 dan koefisien jalur (*original sample*) sebesar 0.151. Dengan demikian, hipotesis keempat yang menyatakan *facilitating condition* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention* ditolak.
5. *Facilitating condition* memiliki pengaruh terhadap *use behavior* karena memiliki nilai p value kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0.016, nilai t-statistik yang lebih besar daripada 1.96 yaitu sebesar 2.410 dan nilai dari koefisien jalur (*original sample*) yaitu sebesar 0.204. Dengan demikian, hipotesis kelima yang menyatakan *facilitating condition* memiliki pengaruh signifikan terhadap *use behavior* diterima.

6. *Behavior intention* memiliki pengaruh terhadap *use behavior* karena memiliki nilai p value kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0.000, nilai t-statistik yang lebih besar daripada 1.96 yaitu sebesar 8.375 dan nilai koefisien jalur (*original sample*) sebesar 0.639. dengan demikian, hipotesis keenam yang menyatakan *behavior intention* memiliki pengaruh signifikan terhadap *use behavior* diterima.



4.3 Hasil Analisis dan Pembahasan

1. Pengaruh *Performance expectancy* terhadap *behavior intention*

Hasil dari uji hipotesis mengungkapkan bahwa variabel *performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *behavior intention* dengan hasil nilai *P value* 0,005 yang lebih kecil dari 0,05, nilai *t-statistik* 2,802 yang lebih besar dari 1,96, dan koefisien jalur (*original sample*) sebesar 0,310.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang ditawarkan oleh peneliti yang mengacu kepada beberapa penelitian terdahulu mengenai *performance expectancy*. Beberapa penelitian terkait *performance expectancy* yang menjadi acuan penelitian ini, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Intarot dan Beokhaimook (2018) memberikan hasil bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh terhadap *behavior intention* dalam menggunakan E-Wallet, Romadoni dan Al Banna (2022) juga dalam penelitiannya mendapati bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh terhadap *behavior intention* karena manfaat dan keuntungan yang dirasakan masyarakat ketika ber-ZISWAF menggunakan layanan m-banking syariah

2. Pengaruh *Effort expectancy* terhadap *behavior intention*

Hasil dari uji hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *behavior intention* dengan nilai hasil *P value* 0,919, yang lebih kecil dari 0,05, nilai *t-statistik* 0,102 yang lebih kecil 1,96 dan koefisien jalur (*original sample*) sebesar -0,011.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis yang ditawarkan oleh peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh Oliveira (2016) mendukung hasil penelitian ini bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavior intention*

3. Pengaruh *Social influence* terhadap *behavior intention*

Hasil dari uji hipotesis ketiga menyatakan bahwa variabel *social influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention* dengan nilai hasil P value 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, nilai t-statistik 6,206 yang lebih besar dari 1,96 dan nilai koefisien jalur (original sample) sebesar 0,427.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang ditawarkan oleh peneliti yang mengacu kepada beberapa penelitian terdahulu mengenai *social influence*. Beberapa penelitian terkait *social influence* yang menjadi acuan penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Raihan dan Rachmawati (2019) dan Rachmat et al (2020) meberikan hasil bahwa *social influence* memiliki pengaruh terhadap *behavior intention* dalam penggunaan dana di Indonesia, dan sedangkan menurut Rachmat et al (2020) menyimpulkan bahwa *social influence* berpengaruh terhadap *behavior intention* dan penggunaan SIZISW.

4. Pengaruh *Facilitating condition* terhadap *behavior intention*

Hasil dari hipotesis keempat menyatakan bahwa variabel *facilitating condition* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention* dengan nilai hasil P value 0,123 yang lebih dari 0,005, nilai t-statistik 1,545 yang lebih rendah dari 1,96 dan nilai koefisien jalur (original sample) sebesar 0,151.

Hasil uji hipotesis keempat berbeda dengan hipotesis yang ditawarkan oleh peneliti. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Makanyeza dan Mutambayashata (2018) yang menyatakan bahwa *facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap *behavior intention*.

5. Pengaruh *Facilitating condition* terhadap *use behavior*

Hasil dari hipotesis kelima menyatakan bahwa variabel *facilitating condition* memiliki pengaruh signifikan terhadap *use behavior* dengan nilai hasil P value 0,016 yang lebih kecil dari 0,05, nilai t-statistik 2,410 yang lebih besar dari 1,96 dan nilai koefisien jalur (original sample) sebesar 0,204.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang ditawarkan oleh peneliti yang mengacu kepada beberapa penelitian terdahulu mengenai *facilitating condition*. Beberapa penelitian terkait *facilitating condition* yang menjadi acuan penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Manaf dan Ariyanti (2017) serta Najwa dan Febriani (2018). Menurut Manaf dan Ariyanti (2017) menyimpulkan bahwa *facilitating condition* memiliki pengaruh yang kuat terhadap user behavior bersamaan dengan habit dan trust. Bersamaan dengan Najwa dan Febriani (2018) yang juga menyimpulkan bahwa *facilitating condition* memiliki pengaruh terhadap *use behavior*.

6. Pengaruh *Behavior intention* terhadap *use behavior*

Hasil dari hipotesis keenam menyatakan bahwa variabel *behavior intention* memiliki pengaruh signifikan terhadap *use behavior* dengan nilai hasil P value 0,000 yang lebih kecil dari 0,005, nilai t-statistik 8,375 yang lebih besar dari 1,96 dan nilai koefisien jalur (original sample) sebesar 0,639.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang ditawarkan oleh peneliti yang mengacu kepada beberapa penelitian terdahulu mengenai *behavior intention*. Beberapa penelitian terkait *behavior intention* yang menjadi acuan penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Giandi et al (2020) serta Indah dan Agustin (2019). Menurut Giandi et al (2020) menyimpulkan bahwa *behavior intention* memiliki pengaruh terhadap use behaviour dalam penggunaan Bukalapak. Bersamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indan dan Agustin mendapatkan hasil penelitian bahwa *behavior intention* memiliki pengaruh terhadap *use behavior*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinfak dan bersedekah melalui platform digital studi pada mahasiswa muslim di seluruh Pulau Jawa. Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, berikut kesimpulan yang dapat diambil :

- 1 *Performa Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*. Hal ini karena responden memiliki kepercayaan terhadap suatu platform digital dalam hal penyaluran dana infak dan sedekah.
- 2 *Effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*. Hal ini karena pengguna tidak melihat kualitas dan keuntungan, maka mereka tidak mau mencoba hal baru.
- 3 *Social influence* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*. Hal ini karena peran orang sekitar sangat penting sehingga dapat memberikan kepercayaan terhadap orang lain.
- 4 *Facilitating condition* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention* karena kemampuan individu dalam menerapkan fintech, tersedianya informasi dan peluang tidak menjadi faktor utama mahasiswa/I berminat menggunakan fintech.
- 5 *Facilitating condition* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*. Hal ini karena pelayanannya dapat memberikan pengaruh yang dapat memenuhi kebutuhan transaksi responden.
- 6 *Behavior intention* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*. Hal ini karena niat dari seseorang untuk melakukan transaksi pada platform digital merupakan faktor utama dalam penggunaan sebuah teknologi.

5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji ulang terhadap penggunaan dari tiap-tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, terutama pada variabel *effort expectancy* dan *facilitating condition*. Hal ini bertujuan agar responden memahami informasi dari tingkat kemudahan penggunaan sistem.
2. Penelitian dalam bidang ekonomi islam yang berfokus pada infak dan sedekah masih minim. Sehingga diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian dengan bidang kajian yang sama.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 22, 103-150. Arifin, Gus. *Keutamaan Zakat, infak, sedekah*. Elex Media Komputindo, 2016.
- Arifin, G. (2016). *Keutamaan Zakat, Infak, Sedekah*. Elex Media Komputindo.
- Bank Indonesia. (2017). Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial.
- Bharata, W., & Widyaningrum, P. W. (2017). Analisis Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Akademik Melalui Pengembangan Model Utaut Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(2), 171-187.
- Buse, S. (2007). Technologie- und Innovationsmanagement Mobile Services in Banking Sector: The Role of Innovative Business Solutions in Generating Competitive Advantage. 49(0), 12–14.
- Cahaya, I. (2020). No Title. DANA Catat 35 Juta Pengguna Di Tahun 2019. <https://www.merdeka.com/teknologi/dana-catat-35-juta-jumlah-pengguna-di-2019.html>
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Afandi, A. (2022). Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat. *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330>
- Carney, M. (2016). Enabling the *fintech* transformation: Revolution, Restoration, or Reformation. *BoE Speech*
- Clarissa, & Keni. (2021). Effort Expectancy, Facilitating Condition, dan Trust Untuk Memprediksi Behavior Intention Penggunaan E-Wallet (p. 6).
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd Editio). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Echols, John M. dan Shadily, H. (1984). *Kamus Inggris Indonesia Cet.XII*. Gramedia.
- Efendi, M., & Arifin, F. (2019). Islamic Philantrophy Development in Digital Era: New Strategy of Fund Raising and Supervision Program. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(1), 129. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v7i1.5287>
- Fadilah, S. (2018). *Tata Kelola dan Akuntansi Zakat*. Makmur Tanjung Lestari.
- Farah. (2023). Apa itu Link Aja dan Bagaimana Cara Menggunakannya? In my journey.
- Fathul Romadoni, M., Al Banna, H., & Sunan Kalijaga Yogyakarta, U. (2022). Analisis Perilaku Masyarakat Untuk Ber-ZISWAF Secara Digital Melalui Layanan M-Banking Syariah Menggunakan Modifikasi UTAUT. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 1(2), 17–32. <https://doi.org/10.14421/jmes.2022.012-02>

- Fauzi achmad, widodo teguh, djatmiko tri. (2018). Pengaruh Behavioral Intention terhadap Use Behavior Pada Penggunaan Aplikasi Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Jek dan Grab di Kalangan Mahasiswa Telkom University). 15(1), 165–175. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Ghozali, Imam., Latan, Hengky. (2015). Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Giandi, O., Irawan, I., & Ambarwati, R. (2020). Determinants of Behavior Intention and Use Behavior among Bukalapak's Consumers. *IPTEK The Journal for Technology and Science*, 31(2), 158. <https://doi.org/10.12962/j20882033.v31i2.5585>
- GoPay. (2023). No Title. <https://gopay.co.id/>
- Hafidhuddin, D. (2008). Panduan Praktis Tentang Zakat, Infak, dan Sedekah. Gema Insani.
- Hair, Joseph F., Ringle, Christian M., Sarstedt, Marko. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet, *Journal of Marketing Theory and Practice*. *Journal of Marketing Theory and Practice: Vol 19 No.2*.
- Hair, Joseph F., Hult, G Tomas., Ringle, Christian M., Sarstedt, Marko. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Amerika Serikat: SAGE Publications.
- Indah, M., & Agustin, H. (2019). Penerapan Model Utaut (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Untuk Memahami Niat Dan Perilaku Aktual Pengguna Go-Pay Di Kota Padang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(4), 1949–1967. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i4.188>
- Indarningsih, N. A., Ma'wa, M. A. F., & Waliyuddinsyah, M. N. (2023). Zakat, infaq, shadaqah, and waqf using financial technology: Millennial generation perspective. *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship*, 2(1), 13-28.
- Indrawati, P., D. (2017). Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (satu). PT Refika Aditama.
- Intarot, P. (2018). Influencing Factor in E-Wallet Acceptant and Use. *International Journal of Business and Administrative Studies*, 4(4), 167–175. <https://doi.org/10.20469/ijbas.4.10004-4>
- Ismail, H. F. (2018). Statistika untuk penelitian pendidikan dan ilmu-ilmu sosial. Kencana.
- Kasri, R. A. (2013). Giving behaviors in Indonesia: Motives and marketing implications for Islamic charities. *Journal of Islamic Marketing*, 4(3), 306–324. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2011-0044>
- Kuganathan, K. V., & Wikramanayake, G. N. (2014, December). Next generation smart transaction touch points. In 2014 14th International Conference on Advances in ICT for Emerging Regions (ICTer) (pp. 96-102). IEEE.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management (Sixth Edition)*. Pearson Education Limited.

- Lee, H., Harindranath, G., Oh, S., & Kim, D. J. (2015). Provision of mobile banking services from an actor-network perspective: Implications for convergence and standardization. *Technological Forecasting and Social Change*, 90(PB), 551–561. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2014.02.007>
- Makanyeza, C., & Mutambayashata, S. (2018). Consumers' acceptance and use of plastic money in Harare, Zimbabwe: Application of the unified theory of acceptance and use of technology 2. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 379–392. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2017-0044>
- Manaf, N. R., & Ariyanti, M. (2017). Exploring Key Factors on Technology Acceptance of Mobile Payment Users in Indonesia Using Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model Use Case. *International Journal of Management and Applied Science*, 3(1), 2394–7926. <http://iraj.in>
- Mankiw, N. Gregory. (2007). *Makroekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Melvem Pradana. (2022). *Review Aplikasi Flip : Fitur, Cara Transfer, Kelebihan dan Kekurangan*. In investbro.id. investbro.id.
- Muhammad, M. (2005). Ainulashikin Marzuki dan Amir Shaharuddin, 'Internal and External Factors Influencing Individual's Participation in Zakat: Preliminary Results', *Journal of Muamalat and Islamic Finance Research (JMIFR)*, 2(1)
- Mohen, John C dan Minor, Michael. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta : Erlangga
- Najwa, A. Z., & Febriani, D. (2018). and Usage of Information Management System of Baznas (Simba) Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Researchgate.Net*, November 2018. https://www.researchgate.net/profile/Dewi-Febriani/publication/331319333_THE_ACCEPTANCE_AND_USAG E_OF_INFORMATION_MANAGEMENT_SYSTEM_OF_BAZNAS_SIMBA_USING_UNIFIED_THEORY_OF_ACCEPTANCE_AND_USE_OF_TECHNOLOGY/links/60d1401b299bf1cd71e963ca/THE-ACCEPTANCE-AND-U
- Novianto, raka dwi. (2022). data terbaru jumlah penduduk indonesia : 273 juta, jawa barat terbanyak. In inews.id (p. 2). <https://www.inews.id/news/nasional/data-terbaru-jumlah-penduduk-indonesia-273-juta-jawa-barat-terbanyak#:~:text=JAKARTA%2C>
iNews.id - Kementerian Dalam Negeri %28Kemendagri%29 melalui,Indonesia saat ini 273 juta tepatnya 273.879.750 jiwa.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile Payment : Understanding The Determinants of Customer Adoption and Intention to Rekomemmnd The Technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- OVO. (2023). No Title. <https://www.ovo.id/>

- Rachmat, M. Baga, L., & Purnaningsih, N. (2020). Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y dalam Penggunaan Teknologi Digital Payment. *Al-Muzara'Ah*, 8(2), 95–108. <https://doi.org/10.29244/jam.8.2.95-108>
- Raihan, T., & Rachmawati, I. (2019). Analyzing Factors Influencing Continuance Intention Of e-Wallet Adoption Using UTAUT 2 Model (a Case Study Of Dana In Indonesia). *EProceedings of Management*, 6(2), 3717–3724. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9366>
- RI, B. (2020). Presiden Republik Indonesia Peraturan Presiden Republik Indonesia. *Demographic Research*, 4–7.
- Sampat, B., & Sabat, K. C. (2020). Antecedents To Continuance Intention To Use eGovernment Services In India. *Re-Imagining Diffusion And Adoption Of Information Technology And Systems : A Continuing Conversation*, 285. <http://www.springer.com/series/6102>
- Setiawan, J.J. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Subjective Norm, Dan Customer Experience Terhadap Intention To Use Mytelkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya). *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 12
- Sharma, S. K., Gaur, A., Saddikuti, V., & Rastogi, A. (2017). Structural equation model (SEM)-neural network (NN) model for predicting quality determinants of e-learning management systems. *Behaviour and Information Technology*, 36(10), 1053–1066. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2017.1340973>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis. (1st ed.). Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Mixed Method)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suwarsito, S., & Aliya, S. (2020). Kualitas Layanan dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 27- 35
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 157-178.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2011). *Generasi baru mengolah data penelitian dengan partial least square path modeling*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Zahra, Rahmani, Tahvil, Atusa, Honarmand, Hamideh, Yousefi, Houda (2012), “Mobile Banking and Its Benefits”, *Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol.2 No.5

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan, saya Gita Ami Mahmudza (19313227), saat ini tercatat sebagai Mahasiswa Aktif Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul :

“Pengaruh Minat Mahasiswa/I Muslim Dalam Berinfak dan Sadaqah Melalui Platform Digital Dengan Metode UTAUT”

Platform pembayaran digital atau Financial Technology (FinTech) adalah inovasi sebuah teknologi dalam bidang finansial yang dikembangkan. Sehingga transaksi keuangan bisa dilakukan dengan praktis, mudah dan efektif secara online melalui smartphone yang kita miliki.

Kriteria responden yang dibutuhkan yaitu :

1. Beragama Islam
2. Mahasiswa/I aktif yang sedang berkuliah di Pulau Jawa

Untuk itu, saya memohon ketersediaan mahasiswa/I untuk meluangkan waktu sekitar 5-8 menit untuk mengisi kuisisioner penelitian. Semua data dan informasi yang diberikan bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini. Segala bentuk pertanyaan kritik, dan saran terhadap penelitian ini dapat disampaikan melalui gitaami808@gmail.com.

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI

A. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Status :

- Menikah
 - Belum menikah
4. Umur :
- Dibawah 19 tahun
 - 19-25 tahun
 - 26-35 tahun
 - 26-45 tahun
 - 26-45 tahun
 - 46-55 tahun
 - Diatas 56 tahun
5. Pendidikan Terakhir
- Lulusan SMA sederajat
 - Lulusan sarjana (S1)
6. Pekerjaan :
- Mahasiswa
7. Pengeluaran perbulan :
- Kurang dari Rp. 2.500.000
 - Rp.2.600.000 – Rp.5.000.000
 - Rp.5.100.000 – Rp.7.500.000
 - Rp.7.600.000 – Rp.10.000.000
 - Lebih dari Rp.10.000.000
8. Platform pembayaran online yang digunakan :
- M-banking
 - Ovo
 - Dana
 - Gopay
 - linkAja
 - Flip
 - Lainnya
9. Lama menggunakan platform pembayaran online
- Kurang dari 1 tahun
 - 1-2 tahun
 - 2-3 tahun
 - Lebih dari 3 tahun
10. Rata-rata pengeluaran infak dan sedekah dalam sebulan :
- Kurang dari Rp.25.000
 - Rp.26.000 – Rp. 50.000
 - Rp. 51.000 – Rp.75.000
 - Rp.76.000 – Rp.100.000
 - Rp.101.000 – Rp.150.000

- Rp. 151.000 – Rp.200.000
 - Rp.201.000 – Rp.250.000
 - Lebih dari Rp.250.000
11. Asal provinsi
- Banten
 - DIY
 - DKI Jakarta
 - Jawa Timur
 - Jawa Barat
 - Jawa Tengah

B. Bagian Pertanyaan

1. *Performance expectancy* (PE)

No	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa pembayaran infak dan sedekah melalui online (fintech) berguna bagi saya					
2.	Menggunakan sistem infak dan sedekah melalui online (fintech) memungkinkan saya menyelesaikan pembayaran lebih cepat					
3.	Sistem infak dan sedekah melalui online (fintech) memungkinkan saya untuk melakukan pembayaran darimana saja					
4.	Pembayaran infak dan sedekah melalui online (fintech) membuat saya lebih mudah membayar					
5.	Menggunakan pembayaran infak dan sedekah melalui (fintech) meningkatkan kinerja saya					

2. *Effort expectancy* (EE)

No.	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN

		STS	S	N	S	SS
1.	Saya mudah mengerti petunjuk pembayaran infak dan sedekah melalui online (fintech)					
2.	Saya mudah mempelajari cara pembayaran infak dan sedekah melalui online (fintech)					
3.	Saya tidak memerlukan banyak usaha untuk pembayaran infak dan sedekah melalui online (fintech)					
4.	Saya membutuhkan waktu sebentar untuk pembayaran infak dan sedekah melalui online (fintech)					

3. *Social influence* (SI)

No	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Orang-orang disekitar saya percaya pembayaran infak dan sedekah secara online (fintech) sangat bermanfaat					
2.	Temannya dan keluarga saya mengajak (merekomendasikan) saya untuk menggunakan pembayaran infak dan sedekah secara online (fintech)					
3.	Partisipasi orang lain mempengaruhi/mendorong saya untuk membayar infak dan sedekah secara online (fintech)					
4.	Saya merasa terlihat cerdas dan modern dengan membayar infak dan sedekah secara online (fintech)					
5.	Organisasi pengelola infak dan sedekah mendukung saya menggunakan sistem pembayaran infak dan sedekah secara online (fintech)					

4. *Facilitating condition* (FC)

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		ST S	TS	N	S	SS
1.	Saya memiliki pengetahuan untuk menggunakan sistem pembayaran infak dan sedekah melalui online (fintech)					
2.	Saya memiliki sumber daya yang dibutuhkan untuk melakukan infak dan sedekah melalui online (fintevh)					
3.	Metode pembayaran infak dan sedekah melalui online (fintech) yang tersedia sesuai (compatible) dengan perangkat (handphone/smartphone) yang saya miliki					
4.	Saya memiliki pengalaman yang cukup dalam melakukan pembayaran online (fintevh) dengan nyaman untuk membayar infak dan sedekah					

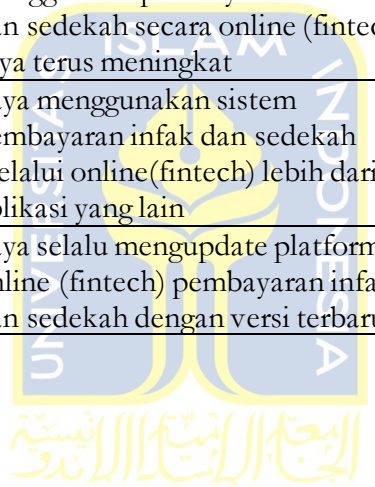
5. Behavioral Intention (BI)

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berniat menggunakan sistem pembayaran infak dan sedekah melalui online (fintech) di masa depan					
2.	Saya akan terus menggunakan platform online (fintech) untuk membayar infak dan sedekah					
3.	Saya akan selalu memilih untuk membayar infak dan sedekah secara online (fintech)					

4.	Saya pikir akan sangat berharga bagi saya untuk mengadopsi platform online(fibtech)ketika tersedia layanan infak dan sedekah melalui online					
----	---	--	--	--	--	--

6. *Use behavior*

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Pemgunaan pembayaran infak dan sedekah secara online (fintech) saya terus meningkat					
2.	Saya menggunakan sistem pembayaran infak dan sedekah melalui online(fintech) lebih dari aplikasi yang lain					
3.	Saya selalu mengupdate platform online (fintech) pembayaran infak dan sedekah dengan versi terbaru					



Lampiran 2 : Hasil Kuesioner

1. Performa expectation

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

32	3	2	2	2	2
33	4	3	3	4	4
34	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5
36	4	4	5	4	4
37	3	3	5	4	4
38	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	3
40	4	5	5	5	5
41	4	4	5	4	3
42	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5
45	5	5	5	4	4
46	5	5	5	4	4
47	3	3	4	3	3
48	4	4	3	4	4
49	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5
53	4	4	5	5	4
54	5	5	5	5	5
55	5	5	4	4	4
56	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	4
58	3	3	4	4	3
59	5	5	5	5	5
60	4	4	3	4	3
61	1	1	1	1	2
62	4	4	4	4	4
63	2	2	2	2	2
64	5	5	5	5	5
65	4	4	4	4	3
66	5	5	5	5	5
67	5	5	5	5	5
68	4	5	5	5	3
69	5	5	5	5	5



70	3	3	3	3	3
71	5	5	5	5	5
72	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5
75	4	5	5	5	4
76	4	4	5	4	3
77	5	5	5	5	4
78	4	5	5	5	4
79	5	5	5	5	4
80	4	5	5	5	5
81	5	5	4	3	4
82	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5
84	4	4	4	4	4
85	4	5	4	5	4
86	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5
89	4	4	4	5	3
90	5	5	4	5	5
91	5	5	5	5	5
92	3	3	3	3	3
93	4	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5
97	4	5	4	4	4
98	2	5	5	5	5
99	5	4	5	4	5
100	5	5	5	5	5
101	5	5	5	5	4
102	4	5	5	5	5
103	4	4	5	4	4
104	4	5	5	5	4
105	5	5	5	5	4
106	5	5	5	4	5
107	4	5	5	4	4



108	4	3	4	5	4
109	3	3	3	3	3
110	5	5	5	5	5
111	4	5	5	4	4
112	5	5	5	5	5
113	4	5	5	4	4
114	5	5	5	5	5
115	5	5	5	5	5
116	3	3	3	3	2
117	4	4	4	4	3
118	4	4	5	5	5
119	4	4	4	4	4
120	3	4	4	2	5
121	3	4	5	5	4
122	5	4	5	5	5
123	4	4	4	5	4
124	5	5	5	5	5
125	2	5	5	5	4
126	5	5	5	5	5
127	3	3	3	3	3
128	4	4	5	3	3
129	4	4	4	4	4
130	3	3	3	3	3
131	5	4	5	5	4
132	3	3	3	3	3
133	3	3	3	3	4
134	5	5	5	5	5
135	5	5	5	5	5
136	5	5	5	3	3
137	4	5	4	4	5
138	4	5	5	5	5
139	5	5	5	5	5
140	5	5	5	5	4
141	4	4	5	4	4
142	4	5	5	5	4
143	3	3	3	3	3
144	4	4	4	4	4
145	4	4	4	5	3



146	3	3	3	3	3
147	4	3	4	4	4
148	3	4	5	5	5
149	4	5	5	5	5
150	4	5	5	5	5
151	4	4	4	3	3
152	3	4	3	3	3
153	5	5	5	5	5
154	4	4	4	4	4
155	4	4	4	4	4
156	4	5	5	4	4
157	4	5	5	5	4
158	5	5	5	5	5
159	1	1	1	1	1
160	5	4	5	4	4
161	5	5	5	5	5
162	5	3	5	4	4
163	5	4	4	4	4
164	4	5	4	5	4
165	4	4	4	4	4
166	3	3	5	3	4
167	5	5	5	5	4
168	4	5	4	4	4
169	4	4	4	4	4
170	3	4	3	4	3
171	4	4	4	4	4
172	4	4	5	4	5
173	4	5	4	4	5
174	4	5	5	5	4
175	4	4	4	3	4
176	4	4	5	4	5
177	3	3	5	4	3
178	3	5	5	4	4
179	5	5	5	5	4
180	5	5	5	5	3
181	4	4	3	3	3
182	5	5	5	5	3
183	4	4	4	4	4



184	4	3	5	4	4
185	2	3	5	2	2
186	5	5	5	5	5
187	3	3	3	3	3
188	5	5	5	5	5
189	5	3	5	3	4
190	5	5	5	5	4
191	5	5	5	4	4
192	4	4	4	4	3
193	5	5	5	5	5
194	4	4	5	4	3
195	5	5	5	5	5
196	5	4	4	5	4
197	5	5	5	5	4
198	3	4	5	4	3
199	4	4	5	4	4
200	4	4	4	5	3
201	3	4	4	5	4
202	3	4	4	4	3
203	4	4	5	4	4
204	4	4	5	4	3
205	2	3	3	3	3
206	4	3	4	3	4
207	4	5	5	5	4
208	3	4	4	4	3
209	4	3	3	3	3
210	5	5	5	5	5
211	5	5	5	5	5
212	3	3	4	4	2
213	3	4	4	4	4
214	4	4	4	4	4
215	4	4	4	4	4
216	5	5	5	5	5
217	2	3	2	3	2
218	5	5	5	5	5
219	5	5	5	5	5
220	4	4	4	4	5
221	4	4	4	4	4



222	5	5	5	5	5
223	5	5	5	5	5
224	5	5	5	4	4
225	5	5	5	5	5
226	3	5	5	5	1

2. Effort expectation

responden	effort expectation			
	1	2	3	4
1	4	5	4	4
2	5	5	5	5
3	4	4	3	4
4	3	3	4	3
5	5	5	4	5
6	5	5	5	5
7	4	4	5	5
8	5	4	5	5
9	4	4	4	3
10	5	5	5	5
11	5	4	4	5
12	5	5	5	4
13	3	3	3	5
14	4	4	5	5
15	4	4	3	4
16	5	5	5	5
17	5	5	5	5
18	5	5	5	5
19	5	5	3	3
20	3	4	3	3
21	5	4	4	5
22	4	4	4	4
23	5	5	4	5
24	3	4	4	5
25	5	5	5	5
26	5	5	5	5
27	4	4	4	4

28	3	3	4	4
29	5	5	5	5
30	5	5	4	5
31	4	5	2	5
32	3	2	2	2
33	3	4	3	4
34	5	5	5	5
35	4	5	5	5
36	4	4	4	4
37	5	5	5	5
38	5	5	5	5
39	5	5	5	5
40	4	5	5	2
41	5	5	5	4
42	5	5	5	5
43	5	5	5	5
44	5	5	5	5
45	3	4	5	4
46	5	4	5	4
47	3	3	4	3
48	4	4	4	4
49	5	5	5	5
50	5	5	5	5
51	5	5	4	4
52	5	5	5	5
53	4	3	4	4
54	5	5	5	5
55	4	4	5	4
56	4	4	4	4
57	5	4	5	4
58	2	3	4	3
59	5	5	5	5
60	3	4	4	4
61	2	2	1	1
62	4	4	4	4
63	2	2	2	2
64	5	5	5	5
65	4	4	4	4

66	5	5	5	5
67	5	5	5	5
68	5	5	5	4
69	5	5	5	5
70	3	3	3	4
71	5	5	5	5
72	5	5	4	4
73	5	5	5	5
74	5	5	5	5
75	3	4	5	5
76	2	4	4	3
77	5	5	4	4
78	5	5	5	5
79	4	4	5	5
80	4	4	4	4
81	5	3	5	4
82	5	5	5	5
83	5	5	5	5
84	4	4	4	4
85	5	5	5	4
86	5	5	5	5
87	5	5	5	5
88	4	5	5	5
89	3	3	4	2
90	5	5	4	5
91	5	5	5	5
92	3	3	3	3
93	5	5	5	5
94	4	4	5	3
95	5	5	5	5
96	5	5	5	5
97	2	2	3	3
98	5	5	5	5
99	5	5	4	5
100	3	4	3	3
101	5	5	4	4
102	5	5	5	5
103	5	4	4	4

104	4	4	4	4
105	5	5	5	4
106	4	5	5	4
107	4	5	4	5
108	3	4	5	4
109	3	3	3	3
110	5	5	5	5
111	5	5	5	5
112	5	5	5	5
113	4	4	4	5
114	5	5	5	5
115	5	5	5	5
116	2	2	3	3
117	3	3	4	4
118	5	4	4	4
119	4	4	4	4
120	5	5	5	5
121	3	4	5	5
122	3	5	4	4
123	4	5	5	5
124	5	5	5	5
125	5	5	5	4
126	5	5	5	5
127	3	3	3	3
128	3	3	4	4
129	4	4	4	4
130	3	3	3	3
131	4	4	4	4
132	3	3	3	3
133	3	4	3	4
134	5	5	5	5
135	5	5	5	5
136	5	5	5	5
137	4	4	4	5
138	5	5	5	5
139	4	5	5	5
140	4	4	4	4
141	5	4	4	4

142	5	5	5	5
143	3	3	3	4
144	4	4	4	4
145	3	4	5	5
146	3	3	3	3
147	4	4	4	4
148	3	3	3	4
149	5	4	2	3
150	5	5	5	5
151	4	4	4	3
152	3	4	5	4
153	5	5	5	5
154	4	4	4	4
155	3	3	3	3
156	4	3	4	4
157	4	3	5	5
158	5	5	5	5
159	1	1	1	1
160	4	5	5	5
161	4	4	4	5
162	4	4	3	4
163	4	4	4	4
164	5	4	3	4
165	4	4	4	4
166	1	1	5	3
167	4	5	5	5
168	4	4	5	4
169	5	5	4	4
170	4	3	3	5
171	4	4	5	4
172	3	3	5	4
173	5	5	4	4
174	5	5	5	5
175	4	3	4	3
176	4	5	5	4
177	5	5	3	5
178	3	3	4	4
179	4	5	4	5

180	4	5	5	5
181	3	4	4	4
182	5	5	5	4
183	4	4	4	4
184	4	4	4	5
185	2	4	4	5
186	5	5	5	5
187	3	3	3	3
188	4	4	4	5
189	4	4	3	3
190	5	5	5	5
191	4	4	5	4
192	4	4	4	4
193	5	4	5	5
194	4	4	4	4
195	5	5	5	5
196	4	5	3	4
197	4	4	5	5
198	4	5	4	5
199	5	5	4	4
200	3	3	5	5
201	3	4	4	4
202	3	4	4	4
203	3	4	4	5
204	3	5	3	4
205	3	2	2	5
206	3	3	3	4
207	5	5	5	5
208	4	4	4	4
209	3	3	3	3
210	5	5	3	3
211	5	5	5	5
212	3	3	3	4
213	4	4	4	4
214	4	4	4	4
215	4	4	4	4
216	5	5	5	5
217	3	3	3	4

218	5	5	5	5
219	5	5	5	5
220	3	4	4	4
221	4	4	4	3
222	5	5	5	5
223	5	5	5	5
224	4	4	3	4
225	5	5	5	3
226	5	5	5	2

3. *Social influence*

responden	<i>social influence</i>				
	1	2	3	4	5
1	4	4	4	4	4
2	5	4	4	5	5
3	4	3	5	4	4
4	3	3	3	4	3
5	4	3	5	4	5
6	5	5	5	5	5
7	3	3	1	1	3
8	3	3	4	3	4
9	4	4	4	4	4
10	4	3	3	3	3
11	5	5	5	4	5
12	4	4	5	5	4
13	3	2	2	1	4
14	5	4	5	4	5
15	2	2	4	3	4
16	5	5	5	5	5
17	4	4	5	5	5
18	5	5	5	5	5
19	3	3	3	2	3
20	3	3	3	4	3
21	4	5	4	5	5
22	4	4	4	4	4
23	5	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4

25	5	5	5	5	5
26	4	4	4	3	4
27	4	4	4	5	4
28	3	3	3	3	3
29	4	2	3	4	5
30	4	5	4	5	5
31	3	2	4	1	4
32	3	2	3	2	3
33	5	5	5	5	5
34	5	1	5	5	5
35	4	3	5	3	5
36	4	5	3	4	4
37	4	5	5	4	4
38	3	2	2	1	4
39	3	1	4	2	3
40	4	2	4	2	4
41	2	2	3	1	4
42	5	5	5	5	5
43	4	4	3	3	4
44	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5
46	4	5	4	4	4
47	5	2	2	2	3
48	3	3	3	3	3
49	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5
51	5	4	5	5	5
52	5	5	5	5	5
53	3	4	5	2	5
54	5	5	5	5	5
55	4	4	3	4	3
56	3	2	4	5	4
57	3	3	5	3	5
58	2	2	3	2	4
59	5	1	3	5	5
60	4	2	3	4	4
61	3	3	2	2	3
62	4	4	4	4	4

63	3	3	3	1	2
64	5	5	5	5	5
65	5	4	4	4	4
66	5	3	3	3	4
67	5	4	4	5	5
68	3	1	3	2	2
69	5	4	3	1	4
70	3	3	3	3	3
71	5	5	5	5	5
72	5	5	5	5	5
73	4	4	4	2	3
74	4	5	3	5	5
75	3	3	3	2	3
76	2	3	3	3	3
77	4	4	4	4	4
78	5	3	5	5	5
79	2	1	2	4	4
80	5	4	4	5	2
81	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5
84	4	4	4	4	4
85	5	3	5	4	5
86	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5
88	5	4	5	5	5
89	5	3	4	4	5
90	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5
92	3	3	3	3	3
93	5	5	5	5	5
94	3	3	3	4	3
95	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5
97	3	3	3	3	5
98	2	2	2	1	3
99	5	4	5	4	4
100	4	4	3	4	3

101	4	4	4	4	3
102	5	4	5	4	5
103	4	3	4	3	4
104	4	3	4	4	4
105	3	3	3	5	4
106	4	5	5	5	4
107	4	4	5	4	4
108	3	3	3	4	5
109	3	3	3	3	3
110	5	5	5	5	5
111	5	5	4	4	4
112	5	5	5	5	5
113	4	3	3	4	3
114	3	3	3	4	3
115	5	5	5	5	5
116	3	3	3	3	3
117	4	5	4	5	4
118	4	4	4	4	4
119	4	4	4	4	4
120	5	5	5	5	5
121	4	3	4	4	4
122	5	4	4	5	4
123	5	5	5	5	5
124	5	3	4	4	5
125	5	3	4	3	3
126	5	4	4	5	5
127	3	3	3	3	3
128	2	2	4	3	5
129	4	4	4	4	4
130	5	3	3	3	4
131	4	4	4	5	4
132	3	3	3	3	3
133	3	3	4	3	3
134	5	5	5	5	5
135	5	5	5	5	5
136	4	4	5	5	3
137	4	4	5	4	4
138	4	1	4	4	3

139	5	4	5	4	5
140	5	4	4	4	4
141	4	4	4	4	4
142	4	3	3	3	5
143	4	4	3	3	3
144	4	4	4	4	4
145	4	3	3	3	3
146	3	3	3	3	3
147	4	4	4	4	4
148	3	3	3	3	3
149	4	3	4	3	3
150	5	3	4	4	4
151	4	3	3	4	4
152	3	4	4	3	3
153	5	5	5	5	5
154	4	4	4	4	4
155	4	3	3	4	5
156	4	3	4	5	4
157	5	3	3	5	4
158	5	5	5	5	5
159	1	4	1	1	4
160	4	4	4	4	5
161	3	3	3	3	3
162	3	3	4	3	4
163	4	3	4	4	3
164	5	4	3	4	5
165	4	4	4	4	4
166	1	1	1	1	1
167	4	4	4	5	5
168	3	2	4	5	4
169	4	2	4	4	4
170	2	3	4	3	3
171	4	4	4	4	4
172	5	4	4	3	5
173	4	4	3	4	4
174	4	3	4	4	3
175	3	3	4	4	4
176	4	4	4	4	4

177	4	4	4	5	3
178	3	3	5	3	3
179	5	5	4	4	5
180	5	5	5	5	5
181	3	4	4	3	3
182	3	2	4	4	4
183	3	3	4	3	4
184	3	3	3	3	4
185	2	1	3	4	1
186	4	2	1	1	4
187	3	3	3	3	3
188	5	4	5	5	5
189	5	4	2	2	4
190	4	4	5	5	5
191	4	4	4	5	4
192	3	3	5	4	4
193	4	4	5	5	5
194	4	3	3	3	4
195	5	5	5	5	5
196	5	5	4	5	5
197	4	4	4	4	4
198	3	3	2	1	3
199	3	3	4	3	3
200	3	3	4	4	3
201	3	4	4	4	4
202	3	3	3	3	3
203	5	3	5	5	4
204	4	4	4	5	4
205	2	3	3	3	3
206	4	2	3	2	3
207	3	3	5	2	3
208	3	2	3	3	3
209	3	3	3	3	3
210	3	3	5	3	3
211	5	5	5	5	5
212	2	1	3	3	3
213	3	2	2	3	3
214	4	4	4	4	4

215	4	4	4	4	4
216	5	5	5	5	5
217	3	3	2	3	3
218	5	5	5	5	5
219	5	5	5	5	5
220	4	3	4	3	3
221	5	5	5	4	4
222	5	5	5	3	4
223	5	5	5	5	5
224	3	3	3	3	3
225	5	4	5	5	5
226	5	1	1	1	1

4. *Facilitating condition*

responden	<i>facilitating condition</i>			
	1	2	3	4
1	4	4	4	4
2	4	4	4	5
3	4	3	3	3
4	2	3	4	3
5	4	4	5	3
6	5	5	5	5
7	5	4	5	4
8	5	5	3	4
9	4	4	4	4
10	5	4	4	4
11	5	4	5	4
12	5	4	5	5
13	3	3	3	3
14	4	5	4	4
15	2	3	5	3
16	5	5	5	5
17	5	5	5	5
18	5	5	5	5
19	4	4	5	4
20	3	4	3	3
21	4	5	5	5

22	4	4	4	4
23	5	5	5	5
24	4	4	4	3
25	5	5	5	5
26	3	4	5	4
27	4	4	4	4
28	3	3	4	3
29	4	4	4	4
30	5	4	5	5
31	4	4	4	4
32	3	3	3	2
33	3	3	4	2
34	5	5	5	5
35	5	5	5	5
36	4	4	4	4
37	3	2	2	2
38	4	5	5	4
39	5	5	5	5
40	4	3	4	3
41	5	3	4	3
42	3	5	5	3
43	4	3	4	3
44	5	5	5	5
45	4	3	4	5
46	4	4	4	4
47	4	4	4	4
48	3	3	4	4
49	5	5	5	5
50	5	5	5	5
51	5	5	5	5
52	5	5	5	5
53	5	4	4	4
54	5	5	5	5
55	4	3	3	3
56	4	4	4	4
57	3	5	3	5
58	2	3	4	3
59	5	5	5	5

60	4	5	4	4
61	2	3	2	3
62	4	4	4	4
63	2	2	2	2
64	5	5	5	5
65	4	4	4	4
66	5	5	5	5
67	5	5	5	5
68	5	5	5	4
69	5	5	5	5
70	3	3	3	3
71	5	5	5	5
72	5	5	5	5
73	5	5	5	5
74	5	5	5	5
75	4	4	4	4
76	3	3	3	3
77	4	5	4	4
78	3	4	3	3
79	3	3	4	3
80	4	4	4	3
81	5	4	4	3
82	5	5	5	5
83	5	5	5	5
84	4	4	4	4
85	5	5	5	5
86	5	5	5	5
87	5	5	5	5
88	5	5	4	5
89	4	5	3	4
90	3	4	4	3
91	4	4	4	5
92	3	3	3	3
93	3	3	4	3
94	4	3	5	5
95	5	5	5	5
96	5	5	5	5
97	3	4	3	3

98	5	3	4	3
99	5	4	5	5
100	3	3	4	3
101	5	4	4	4
102	5	4	5	5
103	3	4	4	4
104	4	4	4	4
105	5	5	5	4
106	5	4	4	5
107	4	4	4	4
108	4	3	4	5
109	3	3	3	3
110	5	5	5	5
111	4	4	4	4
112	5	5	5	5
113	4	3	4	3
114	2	2	2	3
115	5	5	5	5
116	3	3	3	3
117	5	4	5	5
118	4	4	4	4
119	4	4	4	4
120	5	5	5	5
121	3	4	4	3
122	5	5	4	5
123	5	5	5	5
124	5	5	5	4
125	5	5	4	3
126	5	5	5	5
127	3	3	3	3
128	5	3	4	3
129	2	3	4	2
130	4	3	4	3
131	4	4	4	4
132	3	3	4	3
133	3	4	3	4
134	5	5	5	5
135	5	5	5	5

136	5	3	5	5
137	4	4	4	4
138	5	5	5	5
139	5	5	5	5
140	4	4	4	4
141	4	4	4	4
142	4	5	5	5
143	3	4	3	3
144	4	4	4	4
145	4	4	4	3
146	3	3	3	3
147	4	4	4	4
148	3	3	3	3
149	4	4	4	4
150	5	4	4	4
151	4	4	4	4
152	3	3	3	4
153	5	4	5	5
154	4	4	4	4
155	3	4	3	4
156	5	5	5	3
157	3	4	5	4
158	5	5	5	5
159	2	1	1	1
160	4	4	4	5
161	4	4	5	4
162	3	5	4	3
163	4	4	5	4
164	5	4	5	4
165	4	4	4	4
166	4	5	3	3
167	5	3	4	4
168	5	4	4	4
169	4	4	4	3
170	3	3	3	3
171	4	4	4	4
172	3	3	3	3
173	5	4	4	3

174	5	5	5	4
175	3	3	4	4
176	4	4	4	4
177	4	3	3	3
178	4	3	5	2
179	4	3	3	5
180	5	5	5	5
181	5	4	5	4
182	4	4	4	4
183	4	4	4	4
184	4	4	4	4
185	4	5	5	2
186	5	5	5	5
187	3	3	3	3
188	5	5	5	5
189	5	4	4	4
190	4	4	5	4
191	4	4	5	4
192	4	4	4	4
193	4	4	3	4
194	4	3	4	3
195	5	5	5	5
196	4	3	5	4
197	4	4	4	4
198	4	4	5	4
199	3	5	4	4
200	4	4	4	3
201	4	4	3	4
202	3	4	4	4
203	3	3	4	4
204	4	4	4	3
205	3	3	3	3
206	3	4	4	3
207	5	3	5	5
208	4	4	4	3
209	3	3	3	3
210	5	5	3	5
211	5	5	5	5

212	3	3	3	2
213	3	4	4	4
214	4	4	4	4
215	4	3	4	4
216	5	5	5	5
217	3	3	3	2
218	5	5	5	5
219	5	5	5	5
220	4	4	3	3
221	4	4	5	3
222	5	5	5	5
223	5	5	5	5
224	4	4	5	4
225	5	5	5	4
226	5	5	5	5

5. *Behavior intention*

responden	behavioral intention			
	1	2	3	4
1	5	4	3	4
2	4	5	5	4
3	4	3	3	4
4	3	3	3	4
5	5	5	5	5
6	5	5	5	5
7	5	4	3	3
8	5	3	3	3
9	4	4	4	4
10	3	2	3	3
11	4	5	5	5
12	1	2	2	2
13	3	2	2	3
14	5	4	4	5
15	4	4	3	4
16	5	5	3	5
17	5	5	5	5

18	5	5	5	5
19	3	3	3	4
20	4	4	3	4
21	4	3	2	3
22	4	4	4	4
23	4	3	3	4
24	5	4	3	4
25	5	4	4	4
26	3	4	4	4
27	4	4	5	4
28	4	4	4	4
29	5	4	3	4
30	4	4	4	4
31	3	3	1	3
32	2	3	3	3
33	3	3	3	3
34	5	4	5	5
35	5	5	5	4
36	4	3	3	3
37	3	4	4	3
38	5	5	4	5
39	4	4	2	4
40	4	3	3	4
41	4	4	2	3
42	4	4	4	4
43	3	3	2	3
44	5	5	5	5
45	3	2	2	3
46	4	3	4	4
47	3	2	2	4
48	4	3	3	3
49	5	5	2	5
50	5	5	5	5
51	5	5	4	5
52	5	5	5	5
53	4	4	4	4
54	5	5	5	5
55	3	2	3	4

56	4	4	3	4
57	4	5	5	5
58	4	3	4	4
59	5	5	5	5
60	3	4	3	3
61	3	3	3	3
62	4	4	4	4
63	2	2	2	2
64	5	5	5	5
65	3	4	4	4
66	5	5	5	5
67	5	4	4	5
68	4	4	1	3
69	5	4	4	4
70	3	3	3	3
71	5	5	5	5
72	5	5	5	5
73	5	5	5	5
74	5	4	3	4
75	4	2	2	3
76	3	3	3	3
77	5	4	4	4
78	3	3	3	3
79	4	3	3	3
80	4	4	4	4
81	4	4	4	3
82	5	5	5	5
83	5	5	5	5
84	4	4	4	4
85	5	3	3	5
86	5	5	5	5
87	5	5	5	5
88	5	5	5	5
89	4	5	5	5
90	5	4	4	4
91	5	5	5	5
92	3	3	3	3
93	5	5	5	5

94	5	5	5	5
95	5	5	5	5
96	5	5	5	5
97	3	3	5	3
98	3	3	1	1
99	4	4	4	4
100	3	3	3	4
101	4	4	3	4
102	4	5	5	5
103	4	4	3	4
104	5	4	4	4
105	5	5	5	4
106	4	3	4	5
107	4	4	4	4
108	3	4	3	4
109	3	3	3	3
110	5	5	5	5
111	4	4	4	4
112	5	5	5	5
113	4	2	2	3
114	5	5	5	5
115	5	5	5	5
116	2	2	2	2
117	3	3	3	3
118	4	3	2	3
119	4	4	4	4
120	4	4	5	4
121	3	3	4	4
122	4	4	5	5
123	5	5	5	5
124	5	5	4	5
125	5	5	4	4
126	4	4	4	4
127	3	3	3	3
128	5	4	3	4
129	4	3	3	3
130	5	4	4	4
131	4	4	4	4

132	3	3	3	3
133	3	3	3	3
134	5	5	4	5
135	5	5	5	5
136	3	2	3	2
137	4	4	4	4
138	5	4	2	4
139	5	3	3	4
140	4	4	4	4
141	4	4	4	4
142	4	5	3	4
143	3	3	3	3
144	3	3	3	3
145	4	3	3	4
146	3	2	1	2
147	4	4	4	4
148	3	3	3	3
149	4	4	4	4
150	5	5	5	5
151	4	3	4	3
152	3	3	3	3
153	5	5	5	5
154	4	4	4	4
155	4	4	4	4
156	5	4	3	5
157	4	3	2	3
158	5	5	5	5
159	1	1	1	1
160	4	4	3	5
161	2	2	2	3
162	4	3	3	5
163	4	4	4	4
164	5	3	3	4
165	4	4	4	4
166	1	3	2	2
167	4	3	3	3
168	4	4	3	4
169	3	4	3	3

170	3	4	3	3
171	4	4	4	4
172	4	3	3	4
173	4	3	4	4
174	5	3	3	4
175	3	4	3	3
176	4	5	4	5
177	4	3	3	3
178	3	2	4	3
179	5	5	3	4
180	5	5	5	5
181	2	3	2	2
182	4	3	3	4
183	4	3	3	3
184	3	3	3	3
185	4	3	3	3
186	5	5	1	4
187	3	3	3	3
188	4	4	4	4
189	3	3	2	2
190	4	4	3	3
191	4	4	5	5
192	3	3	2	4
193	4	5	5	5
194	3	3	3	3
195	5	5	5	5
196	3	5	4	5
197	4	4	4	4
198	4	3	3	4
199	3	3	3	3
200	4	4	3	3
201	3	3	3	4
202	3	4	4	3
203	5	5	5	5
204	4	4	3	4
205	3	3	3	3
206	2	5	2	2
207	4	3	2	2

208	2	2	2	3
209	3	3	3	3
210	3	2	2	3
211	5	4	4	5
212	3	2	2	3
213	3	3	3	3
214	4	4	4	4
215	3	3	3	3
216	5	5	5	5
217	3	2	4	3
218	5	5	5	5
219	5	5	5	5
220	4	2	3	4
221	4	3	3	3
222	5	5	5	5
223	5	5	5	5
224	4	3	3	3
225	4	4	4	5
226	3	2	1	2

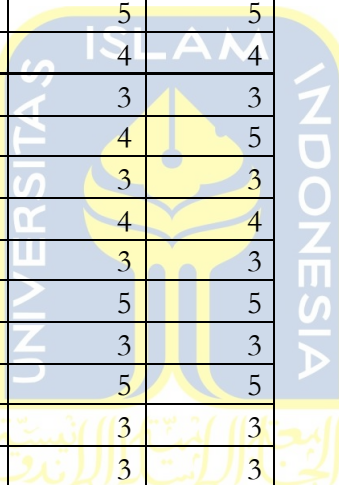
6. Use behavior

responden	use behavior		
	1	2	3
1	4	4	4
2	5	4	3
3	2	2	2
4	3	2	2
5	5	3	3
6	5	5	5
7	4	1	3
8	3	3	3
9	4	4	4
10	3	2	3
11	4	5	5
12	2	1	2
13	2	2	2

14	4	5	4
15	2	2	2
16	5	5	5
17	5	5	5
18	5	5	5
19	3	2	4
20	3	3	3
21	4	5	3
22	4	2	4
23	4	3	4
24	4	3	3
25	4	4	5
26	3	4	4
27	4	4	4
28	4	3	3
29	4	2	2
30	4	5	4
31	3	2	3
32	4	4	4
33	3	3	3
34	5	5	5
35	5	3	4
36	2	2	2
37	4	3	4
38	3	2	2
39	3	2	2
40	3	3	2
41	2	2	3
42	4	4	5
43	3	3	3
44	4	4	4
45	3	3	3
46	3	3	4
47	2	2	2
48	3	3	3
49	5	5	5
50	5	4	5
51	4	5	4

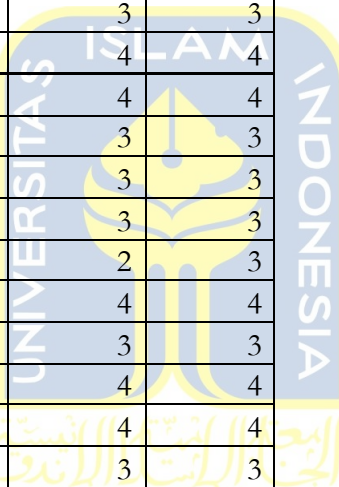


52	5	5	5
53	5	3	3
54	5	5	5
55	3	3	3
56	3	3	3
57	5	4	5
58	3	3	3
59	5	5	5
60	4	3	4
61	3	3	2
62	4	4	4
63	2	2	2
64	5	5	5
65	5	4	4
66	5	3	3
67	4	4	5
68	3	3	3
69	4	4	4
70	3	3	3
71	5	5	5
72	4	3	3
73	5	5	5
74	3	3	3
75	4	3	3
76	3	3	3
77	4	4	4
78	3	3	3
79	3	3	3
80	3	4	3
81	4	3	4
82	5	5	5
83	5	5	5
84	4	4	4
85	2	2	5
86	5	5	5
87	5	5	5
88	5	5	5
89	3	3	3



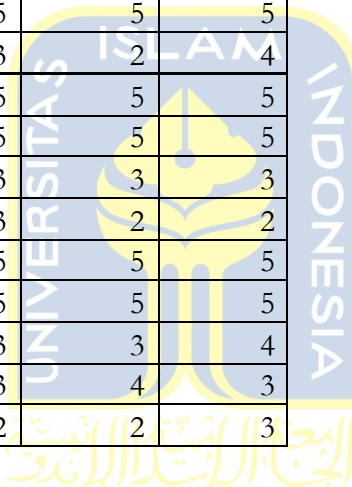
90	4	4	4
91	5	5	5
92	3	3	3
93	4	4	3
94	5	5	5
95	5	5	5
96	5	5	5
97	3	3	3
98	3	1	1
99	4	3	4
100	3	3	3
101	4	2	3
102	4	4	5
103	4	3	4
104	4	4	4
105	4	5	4
106	4	5	4
107	4	4	4
108	5	4	4
109	3	3	3
110	5	5	5
111	4	4	4
112	5	5	5
113	3	3	3
114	1	2	1
115	5	5	5
116	3	3	3
117	3	2	1
118	1	2	1
119	4	4	4
120	5	4	4
121	3	4	3
122	4	5	4
123	5	5	5
124	3	5	4
125	5	4	5
126	5	4	4
127	3	3	3

128	4	2	2
129	4	2	2
130	4	3	3
131	4	4	4
132	3	3	3
133	4	3	3
134	5	5	5
135	5	5	5
136	3	3	2
137	3	4	4
138	3	2	1
139	5	5	5
140	4	3	3
141	4	4	4
142	4	4	4
143	3	3	3
144	3	3	3
145	3	3	3
146	3	2	3
147	4	4	4
148	3	3	3
149	4	4	4
150	4	4	4
151	3	3	3
152	3	4	4
153	5	5	5
154	4	4	4
155	4	3	4
156	4	2	3
157	2	2	2
158	5	5	5
159	1	1	1
160	4	5	4
161	3	3	4
162	5	4	4
163	3	2	3
164	3	4	5
165	4	4	4



166	2	4	3
167	4	3	3
168	5	4	4
169	4	4	3
170	4	3	3
171	4	4	4
172	3	3	3
173	3	3	4
174	3	3	3
175	3	4	3
176	5	4	5
177	4	2	3
178	2	3	3
179	3	3	2
180	5	5	5
181	4	3	2
182	4	3	2
183	2	2	2
184	3	2	3
185	2	2	1
186	4	1	4
187	3	3	3
188	4	4	4
189	2	1	4
190	4	4	4
191	4	5	4
192	3	3	3
193	4	5	5
194	3	3	3
195	5	5	5
196	4	3	5
197	4	4	4
198	4	3	2
199	3	4	3
200	2	2	2
201	4	3	3
202	3	4	4
203	3	4	5

204	4	5	4
205	3	3	3
206	2	3	4
207	3	1	2
208	2	2	2
209	3	3	3
210	3	3	3
211	5	3	5
212	2	2	2
213	3	3	4
214	4	4	4
215	3	3	3
216	5	5	5
217	3	2	4
218	5	5	5
219	5	5	5
220	3	3	3
221	3	2	2
222	5	5	5
223	5	5	5
224	3	3	4
225	3	4	3
226	2	2	3



Lampiran 3 : Hasil Uji PLS

OUTER LOADING

Outer Model+B55: H68	behavioral intention	<i>effort expectancy</i>	<i>facilitating condition</i>	performance expectancy	<i>social influence</i>	<i>use behavioral</i>
BI1	0,857					
BI2	0,898					
BI3	0,867					
BI4	0,926					
EE1		0,872				
EE2		0,901				
EE3		0,821				
EE4		0,808				
FC1			0,868			
FC2			0,874			
FC3			0,845			
FC4			0,881			
PE1				0,864		
PE2				0,888		
PE3				0,835		
PE4				0,887		
PE5				0,836		
SI1					0,830	
SI2					0,803	
SI3					0,838	
SI4					0,841	
SI5					0,832	
UB1						0,899
UB2						0,908
UB3						0,915

CROSS LOADING

	<i>behavioral intention</i>	<i>effort expectancy</i>	<i>facilitating condition</i>	<i>performance expectancy</i>	<i>social influence</i>	<i>use behavioral</i>
BI1	0,857	0,644	0,612	0,677	0,570	0,562
BI2	0,898	0,553	0,555	0,572	0,574	0,702
BI3	0,867	0,403	0,405	0,463	0,640	0,719
BI4	0,926	0,537	0,566	0,632	0,659	0,714
EE1	0,527	0,872	0,661	0,707	0,529	0,427
EE2	0,540	0,901	0,680	0,725	0,542	0,457
EE3	0,502	0,821	0,623	0,687	0,436	0,413
EE4	0,471	0,808	0,531	0,637	0,471	0,400
FC1	0,457	0,660	0,868	0,602	0,471	0,447
FC2	0,563	0,585	0,874	0,578	0,456	0,556
FC3	0,492	0,659	0,845	0,617	0,458	0,434
FC4	0,558	0,656	0,881	0,630	0,568	0,578
PE1	0,607	0,654	0,626	0,864	0,584	0,507
PE2	0,526	0,762	0,638	0,888	0,474	0,394
PE3	0,458	0,715	0,590	0,835	0,368	0,334
PE4	0,568	0,715	0,593	0,887	0,472	0,424
PE5	0,644	0,660	0,569	0,836	0,600	0,539
SI1	0,614	0,558	0,596	0,560	0,830	0,571
SI2	0,459	0,360	0,351	0,365	0,803	0,539
SI3	0,564	0,519	0,469	0,498	0,838	0,563
SI4	0,559	0,449	0,417	0,454	0,841	0,543
SI5	0,632	0,496	0,479	0,537	0,832	0,583
UB1	0,722	0,508	0,574	0,495	0,611	0,899
UB2	0,682	0,405	0,484	0,449	0,627	0,908
UB3	0,665	0,440	0,539	0,469	0,603	0,915

FORNELL LARCKER

	behavioral intention	effort expectancy	facilitating condition	performance expectancy	social influence	use behavioral
behavioral intention	0,888					
effort expectancy	0,600	0,852				
facilitating condition	0,602	0,735	0,867			
performance expectancy	0,659	0,810	0,699	0,862		
social influence	0,689	0,582	0,566	0,590	0,829	
use behavioral	0,761	0,499	0,588	0,520	0,676	0,907

AVE

	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
<i>effort expectancy</i>	0,725	Valid
<i>facilitating condition</i>	0,751	Valid
intention behavior	0,788	Valid
performance expectancy	0,743	Valid
<i>social influence</i>	0,687	Valid
<i>use behavioral</i>	0,823	Valid

COMPOSITE RELIABILITY

	Composite Reliability	Keterangan
<i>effort expectancy</i>	0,913	Reliabel
<i>facilitating condition</i>	0,924	Reliabel
<i>intention behavior</i>	0,937	Reliabel
<i>performa expectancy</i>	0,935	Reliabel
<i>social influence</i>	0,917	Reliabel
<i>use behavioral</i>	0,933	Reliabel

R-SQUARE

	R Square	R Square Adjusted
<i>intention behavior</i>	0,583	0,575
<i>use behavioral</i>	0,606	0,603

T-TEST/T-STATISTIK

	T-statistik
Performa Expectancy -> <i>Behavior intention</i>	2,802
<i>Effort expectancy</i> -> <i>Behavior intention</i>	0,102
<i>Social influence</i> -> <i>Behavior intention</i>	6,206
<i>Facilitating condition</i> -> <i>Behavior intention</i>	1,545
<i>Facilitating condition</i> -> <i>Use behavior</i>	2,410
<i>Behavior intention</i> -> <i>Use behavior</i>	8,375

F-SQUARE

	Intention Behavior	<i>Use behavior</i>	Keterangan
Performa Expectancy	0,071		Lemah
<i>Effort expectancy</i>	0,000		Sangat lemah
<i>Social influence</i>	0,260		Sedang

<i>Facilitating condition</i>	0,023		Lemah
<i>Facilitating condition</i>		0,067	Lemah
Intention Behavior		0,661	Kuat
<i>Use behavior</i>			

UJI HIPOTESIS

No	Hipotesis	Hasil uji PLS			Keterangan
		<i>Original sample</i>	<i>T Statistic</i>	<i>P Value</i>	
1	<i>Performa expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavior intention</i>	0.310	2,802	0.005	Diterima
2	<i>Effort expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavior intention</i>	-0.011	0,102	0.919	Ditolak
3	<i>Social influence</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavior intention</i>	0.427	6,206	0.000	Diterima
4	<i>Facilitating condition</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavior intention</i>	0.151	1,545	0.123	Ditolak
5	<i>Facilitating condition</i> berpengaruh positif terhadap <i>use behavior</i>	0.204	2,410	0.016	Diterima
6	<i>Behavior intention</i> berpengaruh positif	0.639	8,375	0.000	Diterima

	terhadap <i>use behavior</i>				
--	------------------------------	--	--	--	--

