

# **PENGARUH RELIGIUSITAS, FAKTOR SOSIAL EKONOMI, DAN FAKTOR TEKNOLOGI TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH PADA GENERASI Z DI KABUPATEN BONDOWOSO**

**Alfani Rachmasari\***

*Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia*

**Isti Fadah**

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia*

**Anifatul Hanim**

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia*

\*Corresponding author, email: [alfanirachmasari10@gmail.com](mailto:alfanirachmasari10@gmail.com)

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the influence of religion, socio-economic factors, and technological factors on the interest in using Linkaja Syariah in Generation Z in Bondowoso Regency. This type of research uses explanatory research which explains the relationship or influence between independent and dependent variables. This research is a quantitative study with a sample of 80 respondents. The sample is Linkaja Syariah users aged 18-27 years (generation z). The data was obtained by distributing questionnaires, namely in the form of questionnaires directly to the respondents. The data analysis method in this study uses multiple linear analysis. The results of this study were taken based on the regression test. The test results are first, partially religiosity influences interest in use. Second, partially socio-economic factors influence user interest. Third, partially technological factors influence user interest. Fourth, simultaneously religiosity, socio-economic factors, technological factors influence user interest.*

**Keywords: Religiosity, Socio-Economic Factors, Technological Factors, Interest in Using.**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas, faktor sosial ekonomi, dan faktor teknologi terhadap minat penggunaan Linkaja syariah pada Generasi Z di Kabupaten Bondowoso. Jenis penelitian ini menggunakan *explanatory research* yang menjelaskan hubungan atau pengaruh antar variabel independen dan dependen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel 80 responden. Sampel merupakan pengguna Linkaja Syariah yang berusia 18-27 tahun (generasi z). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linear berganda. Hasil penelitian ini diambil berdasarkan uji regresi. Hasil uji yaitu pertama, secara parsial religiusitas berpengaruh terhadap minat penggunaan. Kedua, secara parsial faktor sosial ekonomi berpengaruh terhadap minat penggunaan. Ketiga, secara parsial faktor teknologi berpengaruh terhadap minat penggunaan. Keempat, secara simultan religiusitas, faktor sosial ekonomi, faktor teknologi berpengaruh terhadap minat penggunaan Linkaja syariah.

**Kata Kunci: Religiusitas, Faktor Sosial Ekonomi, Faktor Teknologi, Minat Penggunaan.**

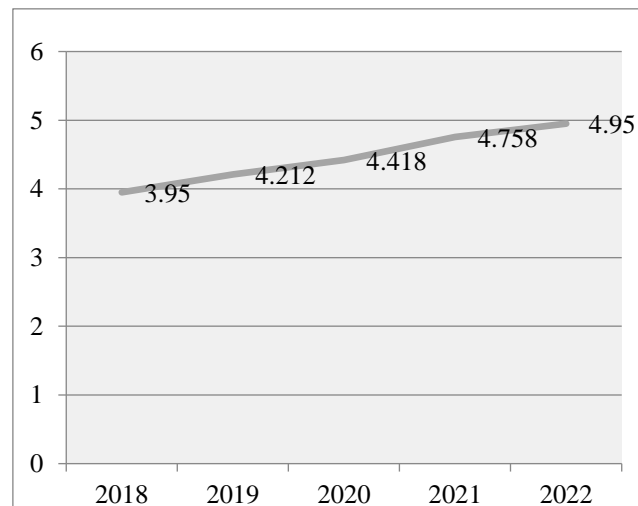
## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan penduduk beragama Islam terbesar di dunia. Namun, pangsa pasar *e-wallet* syariah di Indonesia hanya mencapai 6,33 persen hingga Oktober 2021. Selama tahun 2021 pangsa pasar bank syariah tidak bergerak signifikan dibandingkan *market share* 2020 lalu, yakni 5 persen (Andriyaningtyas et al., 2021). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat total aset *e-wallet* syariah Rp585,34 triliun selama tahun 2021. Nilainya tidak berbeda jauh dari posisi akhir 2020 yang sebesar Rp538,32 triliun. Pemerintah Indonesia telah menetapkan *Roadmap e-wallet* syariah namun tetap saja *e-wallet* syariah di Indonesia mengalami perlambatan pertumbuhan (Nuha et al., 2020). Hal ini dikarenakan *e-wallet* syariah di Indonesia lebih banyak digerakkan oleh masyarakat (*market driven*). Seharusnya, *e-wallet* syariah juga digerakkan menggunakan pendekatan (*state driven*) (Rinawati et al., 2021).

Kemajuan teknologi dan informasi memiliki pengaruh terhadap masyarakat yaitu semakin besarnya ketergantungan masyarakat dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sehingga menciptakan kemudahan dan kepraktisan yang membuat masyarakat semakin terpenuhi kebutuhan digitalnya (Djogo, 2022). Masyarakat pada saat ini sangat mengandalkan internet untuk melakukan aktivitas sehari-hari, baik untuk memenuhi kebutuhan hidup maupun untuk berkomunikasi dengan orang lain sehingga, internet telah menjadi salah satu kebutuhan pokok sebagian besar orang di seluruh dunia (Rusbianti & Canggih, 2023). Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet, penggunaan teknologi *smartphone* juga semakin meningkat (Mulyana, 2019). *Smartphone* memberikan kemudahan bagi orang-orang dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, misalnya pembayaran atas pembelian dengan menggunakan perangkat seluler (Suprihati et al., 2021).

Penggunaan *mobile payment* di berbagai belahan dunia terus meningkat dari tahun ke tahun. Demikian pula, dengan penggunaan layanan pembayaran seluler yang sedang menjadi tren di Indonesia dalam lima tahun terakhir, diiringi dengan penggunaan ponsel pintar yang meningkat sebanyak 70% (Valencia dan Layman, 2021). Berikut data jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2018 – 2022:

Gambar 1. Data jumlah pengguna internet di Indonesia



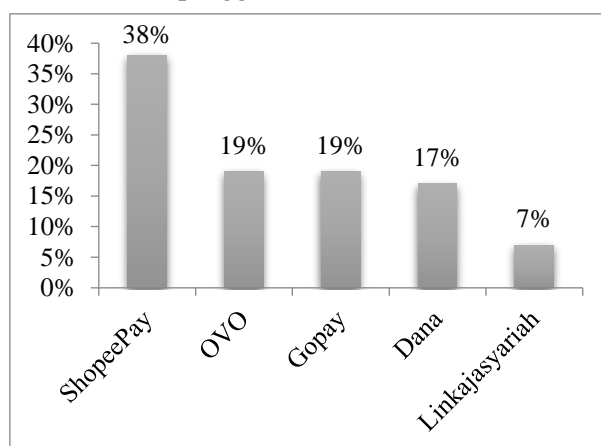
Sumber: Kominfo, 2022.

Berdasarkan data jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2018– 2022 menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Selama 2021 jumlah pengguna internet global naik 4%, melambat jika dibandingkan 2020 yang naiknya mencapai 7,7% di tengah situasi pandemi. Pengguna internet di Indonesia sendiri mencapai 73,7% dari total penduduk, artinya, terdapat sekitar 201,8 juta orang yang punya akses ke internet di Indonesia pada awal 2022. Perkembangan internet mampu direspon dengan baik oleh penyedia jasa aplikasi *e-wallet*. *E-wallet* atau dompet digital merupakan alat pembayaran

digital yang memakai media elektronik seperti *smartphone* dalam bentuk *server based*. *E-Wallet* berbentuk aplikasi yang berbasis di server dan memerlukan koneksi dengan penerbitnya terlebih dahulu dalam penggunaannya. *E-wallet* merupakan salah satu *fintech* yang cukup signifikan perkembangannya (Zustika & Fageh, 2022). Hal ini didorong oleh kebijakan yang diberlakukan bank sentral Indonesia yang menyarankan untuk lebih sering melakukan transaksi secara digital (Ni'mah & Yuliana, 2020). Salah satu *fintech* di Indonesia yang berbentuk dompet digital atau *e-wallet* adalah Linkaja (Lubis, 2022).

Indonesia mempunyai potensi yang cukup besar dalam hal pengembangan industri halal berbasis teknologi digital. Potensi yang lainnya adalah banyaknya jumlah masyarakat muslim yang diprediksi akan mencapai 256 juta orang di tahun 2050 (Sukaris *et al.*, 2021). Oleh karena itu, Linkaja melakukan penguatan layanan Linkaja Syariah sebagai *e-wallet* syariah pertama di Indonesia yang didalamnya terdapat berbagai fitur pembayaran yang sudah mematuhi prinsip-prinsip Syariah (Anrepa, 2021). Layanan ini juga telah mendapat izin sertifikasi Kesesuaian Syariah dari DSN-MUI dengan terbitnya Fatwa DSN MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 terkait uang elektronik syariah (Winarsih, 2022). Berbagai fitur pembayaran yang ada didalam layanan Linkaja Syariah, seperti donasi/infak digital, wakaf digital, zakat digital, kurban digital, pesantren digital, dan lain sebagainya, merupakan salah satu pertumbuhan perkembangan teknologi pada sektor industri halal tersebut (Firli Musfar, 2020). Berikut data penggunaan *e-wallet* di Indonesia tahun 2022:

Gambar 2. Data penggunaan e-wallet di Indonesia 2022



Sumber: Kominfo, 2022.

Berdasarkan Gambar 2 menunjukkan bahwa saat ini Linkaja Syariah masih memiliki pangsa pasar yang terendah dibandingkan dengan *e-wallet* lainnya. Total volume transaksi LinkAja Syariah di Indonesia masih menjadi yang terendah (7%), dibandingkan dengan dompet digital lainnya seperti ShopeePay (38%), OVO (19%), GoPay (19%), dan DANA (17%). Apabila pangsa pasar dari Linkaja Syariah masih menjadi yang terendah, maka potensi masyarakat untuk menggunakan layanan Linkaja Syariah juga akan berkurang. Selain itu, tingkat literasi ekonomi syariah di Indonesia saat ini masih terbilang cukup rendah yaitu, hanya 8,93% (Hasanah *et al.*, 2021). Oleh karena itu, dengan adanya sistem pembayaran digital berbasis syariah ini diharapkan dapat memberikan andil dalam perkembangan ekonomi dan keuangan syariah khususnya dalam hal literasi keuangan syariah (Ihsanudin, 2019).

Surat Al-Baqarah ayat 168 menyatakan bahwa seorang muslim wajib untuk menggunakan produk halal. Hal ini dapat mengindikasikan mengenai bagaimana bentuk kesadaran dalam minat penggunaan Linkaja syariah sebagai satu-satunya produk *e-wallet* berbasis syariah di Indonesia (Jatmiko, Anggarani & Sudarwan, 2020). Ayat al-Quran yang menjelaskan tentang kehalalan, salah satunya terdapat dalam surat Qs. Al-Baqarah ayat 168 yang artinya:

“Hai sekalian manusia! Makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi dan janganlah kamu mngikuti langkah-lankah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh nyata bagimu”.

Tafsir Ibnu-Katsir menjelaskan mengenai ayat tersebut yaitu diizinkan manusia untuk memakan segala yang ada di muka bumi, baik makanan maupun benda yang digunakan selagi itu *thayyib* dan bermanfaat serta tidak membahayakan. Allah SWT melarang untuk mengikuti jalan serta perbuatan setan yang menyesatkan pengikutnya (Al-Atsari, 2010). Oleh karena itu, berdasarkan tafsir tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup, manusia diperkenankan menggunakan produk yang *thayyib*. *Thayyib* yang dimaksud yaitu baik dan memiliki manfaat bagi dirinya.

Kabupaten Bondowoso merupakan sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Timur Indonesia, kota Bondowoso berada di persimpangan jalur dari Besuki dan Situbondo menuju Jember. Kabupaten Bondowoso terus berupaya penuh dalam pengoptimalan penggunaan jaringan dan koneksi internet yang disediakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bondowoso, hal ini dilakukan guna tindak lanjut dari Bondowoso *Smart City*. Bondowoso *Smart City* merupakan visi pengembangan perkotaan untuk mengintergrasikan tekonologi informasi dan komunikasi serta tekonologi internet untuk segala dengan cara yang aman. Kabupaten Bondowoso memiliki 23 Kecamatan salah satunya adalah Kecamatan Bondowoso. Tahun 2021, jumlah penduduk di kabupaten Bondowoso berdasarkan agama yang dianut yakni Islam sebesar 95,61% sehingga dapat digunakan sebagai sasaran segementasi pasar pengguna Linkaja syariah. Selain itu, masih sedikit yang meneliti tentang Linkaja syariah di Kabupaten Bondowoso. Linkaja Syariah merupakan bentuk wujud strategi untuk mendukung pemerintah Kabupaten Bondowoso mewujudkan visi masterplan ekonomi syariah di Kabupaten Bondowoso. Linkaja Syariah berkomitmen akan terus mengembangkan ragam layanan syariah digitalnya sehingga dapat bermanfaat dan membawa berkah bagi masyarakat di Kabupaten Bondowoso.

Generasi Z merupakan orang-orang yang lahir di generasi internet, generasi yang sudah menikmati keajaiban teknologi usai kelahiran internet. Pada umumnya generasi Z lahir pada tahun 1995 sampai 2012. MTV mendefiniikan generasi itu sebagai orang-orang yang lahir selepas Desember 2000. Generasi Z sedang berada pada jenjang pendidikan mulai dari SD sampai perguruan tinggi dan beberapa sudah masuk pada dunia kerja (Winarsih, 2022). Teknologi internet yang berkembang pesat memiliki dampak yang besar pada generasi Z (Ariff et al., 2013). Kemudahan penggunaan yaitu kemudahan yang dirasakan Generasi Z dalam memahami dan menggunakan suatu teknologi. kemudahan yang ada dalam transaksi *e-wallet* membuat Generasi Z akan semakin mudah mengoperasikan *e-wallet* tersebut (Ayuning & Purwanti, 2020). Kemudahan Generasi Z dapat diartikan juga sebagai ukuran dimana Generasi Z di masa depan menganggap bahwa suatu sistem tidak akan ada hambatan (Nurjanah, 2020)

## **METODE**

### **Rancangan atau Desain Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai explanatory research. Menurut Ghozali (2018:34), *explanatory research* merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan kasual dan menguji keterkaitan antara beberapa variabel melalui pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan. Penelitian ini dirancang untuk menguji pengaruh variabel independent (variabel bebas) religiusitas, faktor sosial ekonomi, dan faktor teknologi terhadap variabel dependen (variabel terikat) minat penggunaan.

### **Populasi dan Sampel**

#### *Populasi*

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2017:55). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pengguna Linkaja Syariah di Bondowoso.

### *Sampel*

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan kategori *nonprobability sampling* yang dilakukan dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Usia responden dalam penelitian ini adalah minimal 18 tahun dan maksimal usia 27 tahun (generasi z) dengan pertimbangan bahwa usia tersebut dapat mengambil keputusan bijak.
- b. Pengguna aplikasi Linkaja Syariah sehingga responden dapat merasakan pengaruh apa yang membuat dirinya berminat menggunakan aplikasi Linkaja Syariah.

Jika belum diketahuinya secara pasti jumlah keseluruhan konsumen, maka peneliti mengacu pada pendapat (Ferdinand, 2014) menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Pada penelitian ini, jumlah variabel yang diteliti sebanyak tiga variabel bebas dan satu variabel terikat sehingga total keseluruhan indikator adalah 12 indikator yang terdiri dari:

1. Variabel religiusitas terdiri dari 4 indikator, di antaranya; syariat islam, pengetahuan tentang agama islam, alokasi waktu belajar tentang agama islam, kajian islam
2. Variabel faktor sosial terdiri dari 3 indikator, di antaranya; kelompok referensi, keluarga, posisi.
3. Variabel teknologi terdiri dari 5 faktor, diantaranya; *perceived of usefulness, perceived enjoyment, perceived ease of use, subjective norm, and experience*

Mengacu pada Ferdinand, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 80 orang responden yang diperoleh dari perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N &= (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator}) \\ &= 5 \times 12 \text{ indikator} \\ &= 80 \text{ responden} \end{aligned}$$

### **Jenis dan Sumber Data**

#### *Jenis Data*

Jenis data dalam penelitian ini berupa data kualitatif yang dikuantitatifkan dengan bantuan skala *likert*, agar dapat diolah dengan perhitungan statistik. Data berbentuk data ordinal. Data pada penelitian ini merupakan data *cross-sectional*, yaitu data yang dikumpulkan pada waktu tertentu yang dapat menggambarkan keadaan kegiatan pada waktu tersebut (Sugiyono, 2017:58).

#### *Sumber Data*

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Sumber data melalui kuesioner yang diisi oleh responden meliputi karakteristik responden dan hasil jawaban pernyataan kuesioner (Sugiyono, 2017:59).

### **Identifikasi Variabel**

Kepatuhan seorang muslim terhadap perintah sesuai syariat islam mencerminkan religiusitas seseorang. *Religiosity* merupakan konstruk yang sangat penting karena hal itu dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen melalui belajar, mempengaruhi individu secara kognitif dan perilaku dari waktu ke waktu (Kotler, 2017:94). *Religiosity* juga dapat mengukur tingkat keterlibatan keyakinan individu dengan cara mereka memandang kehidupan dan merasakannya. *Religiosity* adalah tingkat konsepsi terhadap sebuah agama dan tingkat pengetahuan seseorang terhadap agamanya. Indikator *religiosity* adalah tingkat konseptualisasi/pengetahuan dan komitmen. Konseptualisasi adalah tingkat pengetahuan seseorang terhadap agamanya sedangkan konsep komitmen adalah sesuatu hal yang perlu dipahami secara menyeluruh, sehingga terdapat berbagai cara bagi individu untuk menjadi religius.

Selain pengaruh religiusitas, faktor sosial ekonomi merupakan salah satu faktor yang diduga dapat mempengaruhi minat penggunaan. Faktor sosial ekonomi yang terjadi biasanya didominasi oleh lingkungan sekitar seperti kelompok acuan, peran, status dan keluarga, serta status ekonomi. Faktor sosial ekonomi yang terjadi secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkah laku konsumen yaitu faktor sosial ekonomi, kebudayaan, pribadi dan psikologis. Faktor-faktor tersebut tidak dapat teratasi oleh pemasar, tapi juga perlu di perhitungkan (Kotler, 2017:101).

Upaya untuk memprediksi minat seseorang dalam penerimaan teknologi diantaranya dengan menggunakan pendekatan *Technologi Acceptual Model* (TAM). *Technologi Acceptual Model* (TAM) menjelaskan dan memprediksikan penerimaan terhadap pemakaian sesuatu pengguna teknologi. *Technologi Acceptual Model* (TAM) adalah sebuah teori sistem informasi yang didesain untuk menguraikan bagaimana pengguna mengerti dan mengaplikasikannya dapat diukur dengan pengujian teori TAM. Pengujian TAM atas penilaian dari pengguna teknologi sangat berpengaruh terhadap layak atau tidaknya teknologi informasi tersebut digunakan (Ika *et al.*, 2020).

Minat penggunaan (*willingness to use*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap pilihan (Abdullah, 2018). Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (Tjiptono & Fandy, 2015). Perilaku seseorang sangat tergantung pada minatnya, sedangkan minat berperilaku sangat tergantung pada sikap dan norma subyektif atas perilaku (Hasanah *et al.*, 2021). Keyakinan atas akibat perilaku sangat memengaruhi sikap dan norma subyektifnya. Sikap individu terbentuk dari kombinasi antara keyakinan dan evaluasi tentang keyakinan penting seseorang konsumen, sedangkan norma subyektif ditentukan oleh keyakinan dan motivasi (Kesuma & Nurbaiti, 2023).

*Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa perilaku konsumen dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* (PBC) yang membentuk niat. Niat kemudian mempengaruhi bagaimana perilaku seseorang (Kotler, 2017). Teori ini menjadi landasan studi saat ini yang mengkaji tentang perilaku konsumen. Model ini dikembangkan oleh Ajzen untuk menyempurnakan kekuatan prediktif dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), dengan menambahkan variabel PBC (Umiyati *et al.*, 2021). Teori ini menjelaskan bahwa sikap, norma subyektif, dan PBC secara bersama-sama membentuk niat dan perilaku (Wu *et al.*, 2015). Penelitian ini menganalisis pengaruh religiusitas, faktor sosial ekonomi, faktor teknologi terhadap minat penggunaan Linkaja syariah pada generasi z di Kabupaten Bondowoso, sehingga TPB menjadi teori yang cukup penting sebagai landasan penelitian ini.

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, maka variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 3 variabel, yaitu:

- a. Variabel Bebas  
Variabel bebas atau *independent variable* dalam penelitian ini meliputi tiga variabel, yaitu.
  - a. Religiusitas ( $X_1$ )
  - b. Faktor Sosial Ekonomi ( $X_2$ )
  - c. Faktor Teknologi ( $X_3$ )
- b. Variabel Terikat atau *Dependent Variable*  
Variabel terikat atau *dependent variable* pada penelitian ini yaitu Minat Penggunaan Terhadap Linkaja Syariah (Y)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Linkaja Syariah merupakan satu-satunya uang elektronik atau *e-wallet* yang memperoleh lisensi dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia atau DSN MUI. Uang elektronik itu dapat dimanfaatkan untuk transaksi oleh masyarakat yang menginginkan layanan syariah. Masyarakat dapat melakukan sejumlah transaksi dalam layanan Linkaja Syariah, seperti pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan data internet, pembelian tiket, hingga pembayaran zakat dan wakaf. Selain itu Linkaja Syariah dapat melayani masyarakat yang ingin melakukan investasi. Saat ini aplikasi Linkaja Syariah sudah dapat diunduh dari *App Store* maupun *Google Play Store*.

Penelitian ini dilakukan pada seluruh pengguna Linkaja Syariah di Bondowoso. Kriteria yang dapat digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini yaitu responden yang minimal 18 tahun dan maksimal usia 27 tahun (generasi z) dengan pertimbangan bahwa usia tersebut dapat mengambil keputusan bijak. Pengguna aplikasi Linkaja Syariah sehingga responden dapat merasakan pengaruh apa yang membuat dirinya berminat menggunakan aplikasi Linkaja Syariah.

#### *Analisis Regresi Linier Berganda*

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Ghozali, 2018). Hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Sig.	Keterangan
Konstan	0,818	-	-
Religiusitas (X <sub>1</sub> )	0,305	0,000	Signifikan
Sosial Ekonomi (X <sub>2</sub> )	0,583	0,000	Signifikan
Teknologi (X <sub>3</sub> )	0,155	0,004	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2022.

Berdasarkan Tabel 1 hasil tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,818 + 0,305X_1 + 0,583X_2 + 0,155X_3$$

#### *Uji t*

Uji t digunakan untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan X<sub>3</sub> terhadap Y secara parsial maka dilakukan uji t (Ghozali, 2018:44). Hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji t

Variabel	Sig
Religiusitas (X <sub>1</sub> )	0,000
Sosial Ekonomi (X <sub>2</sub> )	0,000
Teknologi (X <sub>3</sub> )	0,004

Sumber: Data diolah, 2022.

Tabel 2 menunjukkan bahwa besar dari pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1. Uji t pada variabel religiusitas ( $X_1$ ) terhadap variabel minat penggunaan (Y) diketahui memiliki nilai signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan menunjukkan bahwa religiusitas ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (Y).
2. Uji t pada faktor sosial ekonomi ( $X_2$ ) terhadap variabel minat penggunaan (Y) diketahui memiliki nilai signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima dan menunjukkan bahwa faktor sosial ekonomi ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (Y).
3. Uji t pada faktor teknologi ( $X_3$ ) terhadap variabel minat penggunaan (Y) diketahui memiliki nilai signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar  $0,004 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima dan menunjukkan bahwa faktor teknologi ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (Y).

## Pembahasan

Kabupaten Bondowoso merupakan sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Timur Indonesia, kota Bondowoso berada di persimpangan jalur dari Besuki dan Situbondo menuju Jember. Kabupaten Bondowoso terus berupaya penuh dalam pengoptimalan penggunaan jaringan dan koneksi internet yang disediakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bondowoso, hal ini dilakukan guna tindak lanjut dari Bondowoso *Smart City*. Bondowoso *Smart City* merupakan visi pengembangan perkotaan untuk mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi serta teknologi internet untuk segala dengan cara yang aman. Kabupaten Bondowoso memiliki 23 Kecamatan salah satunya adalah Kecamatan Bondowoso. Tahun 2021, jumlah penduduk di kabupaten Bondowoso berdasarkan agama yang dianut yakni Islam sebesar 95,61% dan paling banyak usia produktif sehingga dapat digunakan sebagai sasaran segmentasi pasar pengguna Linkaja syariah. Selain itu, masih sedikit yang meneliti tentang Linkaja syariah di Kabupaten Bondowoso. Linkaja Syariah merupakan bentuk wujud strategi untuk mendukung pemerintah Kabupaten Bondowoso mewujudkan visi *masterplan* ekonomi syariah di Kabupaten Bondowoso. Linkaja Syariah berkomitmen akan terus mengembangkan ragam layanan syariah digitalnya sehingga dapat bermanfaat dan membawa berkah bagi masyarakat di Kabupaten Bondowoso.

### *Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah*

Hasil penelitian menyatakan bahwa religiusitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah pada generasi z di Kabupaten Bondowoso. Seorang muslim yang taat dan patuh pada umumnya akan menaati aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban yang sudah tertera di dalam Al-Qur'an dan hadits seperti halnya dalam memilih *e-wallet* yaitu Linkaja Syariah yang sudah menaati prinsip-prinsip syariah. Hal tersebut sesuai dengan ayat Al-Quran yang menjelaskan tentang kehalalan salah satunya dalam surat Q.S Al-Baqarah ayat 168.

Minat penggunaan Linkaja Syariah pada generasi z di Kabupaten Bondowoso memiliki pengaruh akan adanya religiusitas yang terbentuk dan terdapat dalam diri seseorang. Variabel religiusitas pada penelitian ini diukur dengan 4 indikator yaitu syariat Islam, pengetahuan tentang agama Islam, kajian Islam, alokasi waktu belajar tentang agama Islam. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah 80 responden. Jika direpresentasikan responden dengan karakteristik usia pengguna Linkaja Syariah mayoritas rentang usia 21-23 tahun dan jenis kelamin yang mendominasi adalah perempuan sebanyak 49 orang. Tingkat pendidikan terakhir yang di tempuh oleh responden mayoritas adalah sarjana (S1) sebanyak 34 orang dan mayoritas pekerjaan responden pelajar/mahasiswa sebanyak 26 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas pengguna tampak baik sehingga minat penggunaan terhadap Linkaja Syariah meningkat, dibuktikan oleh 80 orang responden yang mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai modus sebesar 4. Jawaban responden dengan indikator syariat Islam tercantum pada item pernyataan X1.1 memiliki modus sebesar 4 artinya item pernyataan tersebut



termasuk kategori setuju, berarti responden memiliki persepsi positif akan pernyataan tersebut. Hasil perolehan jawaban responden tersebut menunjukkan bahwa religiusitas yang dimiliki oleh pengguna Linkaja Syariah yaitu dengan mematuhi serta menjalankan syariat Islam dalam bermuamalah (transaksi bisnis/perbankan) dilakukan secara non riba. Dalam situs resmi Linkaja disebutkan bahwa layanan syariah yang diberikan dan dikembangkan sesuai dengan akad syariah dan tidak mengandung unsur judi (*Maysir*), ketidakjelasan (*Gharar*), unsur riba, zalim dan barang yang tidak halal. Pada indikator kedua yaitu pengetahuan tentang agama Islam terdapat pernyataan X1.2 bahwa Linkaja Syariah telah mendapat izin sertifikasi dari DSN-MUI untuk itu responden memiliki minat menggunakannya. Jawaban responden atas pernyataan tersebut memiliki modus 4 artinya item pernyataan tersebut termasuk kategori setuju. Hal tersebut sejalan dengan diterbitkannya fatwa MUI NO.116/DSN-MUI/IX/2017 terkait dengan uang elektronik syariah yaitu Linkaja Syariah. Pada indikator ketiga yaitu terdapat pernyataan X1.3 bahwa Linkaja Syariah merupakan satu satunya *e-wallet* syariah yang ada di Indonesia. Jawaban responden atas pernyataan tersebut memiliki modus 4 artinya item pernyataan tersebut termasuk kategori setuju. Pada indikator keempat yaitu alokasi waktu belajar tentang agama Islam terdapat pernyataan X1.4 bahwa responden memilih menggunakan Linkaja Syariah karena faktor kepercayaan yang diyakini. Jawaban responden atas pernyataan tersebut memiliki modus 4 artinya item pernyataan tersebut termasuk kategori setuju. Sebagai seorang muslim diperintahkan untuk menggunakan produk halal sama halnya dengan kegiatan bertransaksi, Linkaja Syariah hadir dalam upaya pengembangan *e-wallet* syariah yang berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip dan aturan syariah yang telah tersertifikasi dari DSN-MUI. Hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah SAW yang meminta umat Islam untuk menjauhi segala sesuatu yang bersifat haram dan *syubhat* yaitu segala sesuatu yang tidak jelas atau berada di antara halal dan haram. Untuk itu menggunakan Linkaja Syariah juga dapat menghindari kekhawatiran dari hal tersebut.

Berdasarkan pernyataan dan hasil di atas, hal ini sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas. Pengaruh tersebut baik yang bersumber dari dalam diri seseorang maupun dari faktor luar. *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa perilaku konsumen dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* (PBC) yang membentuk niat. Niat kemudian mempengaruhi bagaimana perilaku seseorang (Kotler, 2017:132). Menurut Asiyah & Hariri (2021) religiusitas berasal dari kata religi dalam Bahasa latin "*religio*" yang akarnya katanya *religire* yang berarti mengikat, dengan demikian, mengandung makna bahwa religi atau agama pada umumnya memiliki aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh pemeluknya. Semuanya itu berfungsi mengikat seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam sekitarnya. Menurut Asiyah & Hariri (2021) religiusitas bukan merupakan aspek psikis bersifat instinkif, yaitu unsur bawaan yang siap pakai. Religiusitas juga mengalami proses perkembangan dalam mencapai tingkat kematangannya. Religiusitas tidak luput dari berbagai gangguan yang dapat mempengaruhi perkembangannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurjanah (2020), Sukaris *et al.* (2021), Valencia & Layman (2021), Suprihati *et al.* (2021), dan Hasanah *et al.* (2021) menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat menggunakan.

#### *Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah*

Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor sosial ekonomi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah pada generasi Z di Kabupaten Bondowoso. Efisiensi dan kepraktisan sangat diperhatikan pada produk *e-wallet* karena berhubungan dengan nilai-nilai budaya dan nilai sosial ekonomi untuk memasarkan produk tersebut seperti sama halnya dengan Linkaja Syariah. Dengan hal ini sangat berkaitan dengan faktor sosial ekonomi agar Linkaja Syariah dapat menjangkau pengguna lebih luas.

Faktor sosial ekonomi yang terjadi secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi Minat penggunaan Linkaja Syariah pada generasi z di Kabupaten Bondowoso. Variabel faktor sosial ekonomi pada penelitian ini diukur dengan 3 indikator yaitu kelompok referensi, keluarga,

dan posisi. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah 80 responden. Jika direpresentasikan responden dengan karakteristik usia pengguna Linkaja Syariah mayoritas rentang usia 21-23 tahun dan jenis kelamin yang mendominasi adalah perempuan sebanyak 49 orang. Tingkat pendidikan terakhir yang di tempuh oleh responden mayoritas adalah sarjana (S1) sebanyak 34 orang dan mayoritas pekerjaan responden pelajar/mahasiswa sebanyak 26 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sosial ekonomi pengguna telah diterapkan dengan bagus sehingga minat penggunaan terhadap Linkaja Syariah meningkat, dibuktikan oleh 80 orang responden yang mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai modus sebesar 4. Jawaban responden dengan indikator kelompok referensi tercantum pada item pernyataan X2.1 memiliki modus sebesar 4 artinya item pernyataan tersebut termasuk kategori setuju, berarti responden memiliki persepsi positif akan pernyataan tersebut. Pengguna Linkaja Syariah memiliki minat menggunakan Linkaja Syariah karena terpengaruh oleh orang sekitar atau sekeliling seperti kawan dekat, mitra kerja, kelompok hobi dan tetangga. Beberapa kelompok ini mungkin menjadi kelompok referensi dari pengguna. Pengguna Linkaja Syariah memungkinkan untuk mendapat informasi melalui kelompok referensi tersebut sehingga memutuskan untuk memilih Linkaja Syariah. Pada indikator kedua yaitu keluarga terdapat pernyataan X2.2 bahwa pengguna memilih menggunakan Linkaja Syariah karena terpengaruh keluarga. Jawaban responden atas pernyataan tersebut memiliki modus 4 artinya item pernyataan tersebut termasuk kategori setuju. Keluarga merupakan salah satu sumber pengaruh sosial terpenting bagi sebagian besar konsumen, khususnya bila keluarga luas terlibat, keluarga dapat bertindak sebagai agen sosialisasi utama. Pada indikator ketiga yaitu posisi terdapat pernyataan X2.3 bahwa Linkaja Syariah memiliki peran besar dalam kehidupan transaksi. Jawaban responden atas pernyataan tersebut memiliki modus 4 artinya item pernyataan tersebut termasuk kategori setuju. Beberapa diantaranya untuk pembayaran kebutuhan esensial harian seperti paket data, bayar tagihan listrik, PDAM, BPJS, kirim uang ke akun bank, membayar kebutuhan transportasi, membayar zakat dan wakaf, investasi syariah, membayar umroh maupun haji, dan banyak lagi, termasuk melalui kolaborasi dengan beberapa perusahaan BUMN.

Berdasarkan pernyataan dan hasil di atas, hal ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa sikap, norma subyektif, dan PBC secara bersama-sama membentuk niat dan perilaku. Struktur sosial ekonomi diartikan sebagai tatanan dalam masyarakat pada posisi sosial ekonomi tertentu dan juga nilai dan norma yang ada pada masyarakat. Struktur sosial ekonomi terbentuk dari berbagai unsur-unsur tertentu di masyarakat. Unsur-unsur tersebut saling berhubungan satu dengan yang lain dan fungsional, ketika ada unsur yang berubah, maka unsur yang lain juga akan berubah pula. Unsur itu dapat berupa nilai kebudayaan, norma, dan lingkungan di masyarakat (Tjiptono, 2015:82).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sari *et al.* (2020), Nurjanah (2020), Sukaris *et al.* (2021), Valencia dan Layman (2021), Suprihati *et al.* (2021), dan Hasanah *et al.* (2021) menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh terhadap minat menggunakan produk.

#### *Pengaruh Faktor Teknologi terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah*

Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor teknologi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah pada generasi z di Kabupaten Bondowoso. Pengguna Linkaja Syariah akan membebaskan dirinya dari kesulitan, apabila suatu sistem dari Linkaja Syariah dirasa mudah dalam penggunaannya maka pengguna akan termotivasi untuk senantiasa terus menggunakannya.

Faktor teknologi yang terjadi dapat mempengaruhi Minat penggunaan Linkaja Syariah pada generasi z di Kabupaten Bondowoso. Variabel faktor teknologi pada penelitian ini diukur dengan 5 indikator yaitu *Perceived of Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Perceived Ease of Use*, *Subjective Norm*, dan *Experience*. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah 80 responden. Jika direpresentasikan responden dengan karakteristik usia pengguna Linkaja Syariah mayoritas rentang

usia 21-23 tahun dan jenis kelamin yang mendominasi adalah perempuan sebanyak 49 orang. Tingkat pendidikan terakhir yang di tempuh oleh responden mayoritas adalah sarjana (S1) sebanyak 34 orang dan mayoritas pekerjaan responden pelajar/mahasiswa sebanyak 26 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor teknologi telah diterapkan dengan bagus sehingga minat penggunaan terhadap Linkaja Syariah meningkat, dibuktikan oleh 80 orang responden yang mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai modus sebesar 4. Jawaban responden dengan indikator *Perceived of Usefulness* menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi positif akan pernyataan tersebut. Pengguna Linkaja Syariah dapat meningkatkan efisiensi dalam melakukan aktivitas sehari-hari melalui *smartphone*. Pada indikator kedua yaitu *Perceived Enjoyment* menunjukkan bahwa pengguna merasa puas dan senang saat menggunakan aplikasinya. Aplikasi Linkaja Syariah memiliki memori penyimpanan yang cukup kecil sehingga tidak membebani memori internal *smartphone* penggunanya. Pada indikator ketiga yaitu *Perceived Ease of Use* menunjukkan bahwa aplikasi Linkaja Syariah sangat mudah untuk dipelajari. Pengguna baru Linkaja Syariah tidak mengalami kesulitan saat pertama kali mencoba untuk mendaftar dan membuat akun di Linkaja Syariah. Pada indikator keempat yaitu *Subjective Norm* menunjukkan pengguna Linkaja Syariah menggunakannya karena fitur yang terdapat pada aplikasi. Fitur yang terdapat pada Linkaja Syariah sudah cukup bagus, dan jarang sekali terdapat *error* dan untuk *update* aplikasi terbilang jarang. Pada indikator kelima yaitu *Experience* menunjukkan bahwa pengguna Linkaja Syariah merasa sangat terbantu dalam aktivitas bertransaksinya. Pengalaman yang dirasakan pada saat menggunakan Linkaja Syariah pengguna merasa terbantu.

Berdasarkan pernyataan dan hasil di atas, hal ini sesuai dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan sebuah adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang secara khusus dirancang untuk pemodelan penerimaan pengguna sistem informasi. Menurut model TAM minat perilaku pengguna teknologi (*behavioral intention*) ditentukan oleh persepsi kemudahan pengguna (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) terhadap teknologi tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat keyakinan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan berfikir bahwa terbebas dari usaha fisik dan mental. Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkatan sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sebuah sistem akan meningkatkan kinerjanya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Isti Fadah *et al.* (2022), Zakiyyah dan Fadah (2020), Ika Febrilia *et al.* (2020), Sari *et al.* (2020), Nurjanah (2020), Valencia dan Layman (2021), Suprihati *et al.* (2021), dan Hasanah *et al.* (2021) menunjukkan bahwa faktor teknologi berpengaruh terhadap minat menggunakan produk.

#### *Pengaruh Religiusitas, Faktor Sosial Ekonomi, dan Faktor Teknologi terhadap Minat Menggunakan Linkaja Syariah*

Hasil penelitian menyatakan bahwa religiusitas, faktor sosial ekonomi, dan faktor teknologi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah pada generasi z di Kabupaten Bondowoso. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah 80 responden. Jika direpresentasikan responden dengan karakteristik usia pengguna Linkaja Syariah mayoritas rentang usia 21-23 tahun dan jenis kelamin yang mendominasi adalah perempuan sebanyak 49 orang. Tingkat pendidikan terakhir yang di tempuh oleh responden mayoritas adalah sarjana (S1) sebanyak 34 orang dan mayoritas pekerjaan responden pelajar/mahasiswa sebanyak 26 orang.

*Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan salah satu teori perilaku dengan kekuatan prediktif tinggi, dan dipergunakan untuk memprediksi perilaku manusia di semua bidang. *Religiosity* adalah tingkat konsepsi terhadap sebuah agama dan tingkat pengetahuan seseorang terhadap agamanya (Buchari, 2016). Indikator *religiosity* adalah tingkat konseptualisasi/pengetahuan dan komitmen. Menurut (Kotler, 2017) faktor sosial ekonomi adalah sekelompok yang sama-sama mempertimbangkan dengan persamaan dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus dalam sosial secara formal maupun informal, keluarga, perbedaan status. Menurut (Tjiptono

& Fandy, 2015) faktor sosial ekonomi merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat bersosialisasi di antara mereka sendiri, baik secara formal dan informal. Menurut model TAM maka minat perilaku pengguna teknologi (*behavioral intention*) ditentukan oleh persepsi kemudahan pengguna (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) terhadap teknologi tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat keyakinan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan berfikir bahwa terbebas dari usaha fisik dan mental. Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkatan sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sebuah sistem akan meningkatkan kinerjanya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Isti Fadiah *et al.* (2022), Zakiyyah dan Fadiah (2020), Ika Febrilia *et al.* (2020), Sari *et al.* (2020), Nurjanah (2020), Valencia & Layman (2021), Suprihati *et al.* (2021), dan Hasanah *et al.* (2021) menunjukkan bahwa religiusitas, faktor sosial ekonomi, dan faktor teknologi berpengaruh terhadap minat menggunakan produk.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah peneliti jelaskan maka dapat disimpulkan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah pada generasi z di Kabupaten Bondowoso. Hal ini disebabkan karena sebagai seorang muslim diperintahkan untuk menggunakan produk halal sama halnya dengan kegiatan bertransaksi. Faktor Sosial Ekonomi memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah pada generasi z di Kabupaten Bondowoso. Hal ini disebabkan karena pada era saat ini *e-wallet* digunakan untuk aktifitas pembayaran kebutuhan esensial harian seperti pulsa data, bayar tagihan listrik, PDAM, BPJS, kirim uang ke akun bank, membayar kebutuhan transportasi, membayar zakat dan wakaf, investasi syariah, membayar umroh maupun haji, dan termasuk melalui kolaborasi dengan beberapa perusahaan BUMN. Faktor Teknologi memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah pada generasi z di Kabupaten Bondowoso. Hal ini disebabkan karena fitur yang terdapat pada Linkaja Syariah sudah cukup bagus, jarang sekali terdapat *error*, untuk *update* aplikasi terbilang jarang dan memiliki memori penyimpanan yang cukup kecil sehingga tidak membebani memori internal *smartphone* penggunaanya.

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh. Bagi Perusahaan Linkaja Syariah hendaknya lebih memperhatikan variabel Teknologi karena hasil penelitian koefisien variabel Teknologi menjadi yang terkecil yaitu 0,155 sehingga diharapkan Perusahaan Linkaja Syariah memperbaiki dan meningkatkan kualitas Teknologi yang disajikan. Perusahaan Linkaja Syariah sebaiknya lebih meningkatkan variabel teknologi khusus *Perceived Ease of Use* dikarenakan pada item pernyataan *Perceived Ease of Use* memiliki jawaban tidak setuju tertinggi yakni 17,5% sehingga perlu adanya perhatian lebih terkait kemudahan penggunaan Linkaja Syariah. Adapun bagi akademisi penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel-variabel independen lainnya seperti produk, harga, saluran distribusi, dan promosi sesuai teori bauran pemasaran sehingga dapat memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah. Bagi penelitian selanjutnya bisa menggunakan teknologi seperti *gform* sehingga bisa menjangkau responden yang lebih luas.

## REFERENSI

- Abdullah, J. Bin. (2018). Islamic marketing mix: is there a role for Islamic-based strategies? *Int. J. Islamic Marketing and Branding*, 3(1), 15–34.
- Al-Atsari, A. I. (2010). *Shahih Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*. Pustaka Ibnu Katsir.
- Andriyaningtyas, I., Herianingrum, S., & Adam, M. (2021). Penerimaan *E-Wallet* Syariah Linkaja Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Digital Di Indonesia. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 5(4). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.4772>

- Anrepa, S. J. (2021). *Pengaruh Penggunaan E-Wallet Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah Pada Mahasiswa Di Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia.
- Ariff, M. S. M., Yun, L. O., Zakuan, N., & Ismail, K. (2013). The Impacts of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Internet Banking. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 81, 469–473. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.462>
- Asiyah, S., & Hariri, H. (2021). Perilaku Konsumen Berdasarkan Religiusitas. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/perisai.v5i2.1533>
- Ayuning, L. T., & Purwanti, K. (2020). Pengaruh Adopsi E-Banking dan Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Journal of Islamic Finance and Accounting*, Vol. 3(No. 2), h. 134.
- Buchari, A. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan 5. In *Bandung: CV Alfabeta*.
- Djogo, O. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada Masa Sekarang. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 1(2), 98–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/kebijakan.v13i1.5028>
- Ferdinand, A. T. (2014). Metode penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi. In *Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Firli Musfar, T. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. In Media Sains Indonesia.
- Ghozali, I. (2018). Ghozali 2018. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hasanah, U., Rusydi, M., Maulana, C. Z., Maftukhatushalikhah, M., & Azwari, P. C. (2021). Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) pada Layanan Syariah LinkAja. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8410>
- IHSANUDIN, D. (2019). *Uang Elektronik Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Ika Febrilia, Shela Puspita Pratiwi, & Irianto Djatikusumo. (2020). Minat Penggunaan Cashless Payment System – Dompot Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unj. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.1.01>
- Jatmiko, Anggarani, A. ., & Sudarwan. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. In Universitas Esa Unggul.
- Kesuma, P., & Nurbaiti. (2023). Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Medan. *JESYA: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.979>
- Kotler, P. (2017). Philip Kotler: some of my adventures in marketing. *Journal of Historical Research in Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JHRM-11-2016-0027>
- Lubis, R. H. (2022). Penggunaan Dompot Digital dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif pada Masyarakat di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi. *AL-TASYREE: Jurnal Bisnis, Ekonomi, Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 1–10.
- Mulyana, M. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran.
- Ni'mah, R., & Yuliana, I. (2020). E-Wallet: Sistem Pembayaran dengan Prinsip Hifzul Maal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2). <https://doi.org/10.37058/jes.v5i2.2016>

- Nuha, U., Qomar, M. N., & Maulana, R. A. (2020). Perlukah *E-Wallet* Berbasis Syariah? *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 4(1).
- Nurjanah, A. (2020). Persepsi Penggunaan OVO Terhadap Minat dan Kepuasan Di Kalangan Mahasiswa. *Prisma*.
- Rinawati, I., Anas, M. Y. A., & Manan, Y. M. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Manajemen Pemasaran. *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*. <https://doi.org/10.31602/iqt.v7i2.5706>
- Rusbianti, M. A., & Canggih, C. (2023). E-Wallet dan Perilaku Konsumsi Islam (Studi Pada Masyarakat Kota Surabaya). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 516–524. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). In *Metodelogi Penelitian*.
- Sukaris, S., Renedi, W., Rizqi, M. A., & Pristiyadi, B. (2021). Usage Behavior on Digital Wallet: Perspective of the Theory of Unification of Acceptance and Use of Technology Models. *Journal of Physics: Conference Series*. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1764/1/012071>
- Suprihati, S., Sumadi, S., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>
- Tjiptono, & Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. In *Yogyakarta: Andi*.
- Umiyati, I., Putri, T. E., & Maya, N. (2021). Social Influence, Usability And Security On The Intensity of DANA *e-Wallet* Use. *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*, 3(1), 113–130. <https://doi.org/DOI> : <https://doi.org/10.35310/jass.v3i01.898>
- Valencia, D., & Layman, C. V. (2021). *E-Wallet* Service Innovation, Service Delivery, And Customer Satisfaction On Customer Loyalty Within ShopeePay In Indonesia. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v13i1.1929>
- Winarsih, N. (2022). Analisis Manfaat E-Payment Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 2774–5570.
- Wu, P., Gao, L., & Gu, T. T. (2015). Business strategy, market competition and earnings management: Evidence from China. *Chinese Management Studies*, 9(3), 401–424.
- Zustika, A. F., & Fageh, A. (2022). Analisis Dompot Digital “Link Aja Syariah” dari Perspektif Masalah Mursalah. *Islamic Economics Journal*, 8(1). <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/JEI>