

Analisis Minat Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah pada Generasi Z Kota Semarang

Kurnia Lintang Utama ¹⁾, Banatul Hayati ²⁾

^{1,2} Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

*Email korespondensi: kurnialintang@students.undip.ac.id

Abstract

The purpose of the study is to analyze the influence of the perception of ease of use, perception of usefulness, trust and knowledge of riba partially and simultaneously on the interest in using LinkAja Syariah among generation Z in Semarang City. The data used were secondary data from the Central Statistics Agency of Semarang City and primary data collected through interviews and using questionnaires with 100 respondents of generation Z who used LinkAja Syariah in Semarang City. The data analysis method used in this study is multiple linear regression which can show the relationship between independent variables and dependent variables and is able to analyze the factors and results of regression analysis in one test. The results of the study show that partially the perception of ease of use, perception of usefulness, trust and knowledge about riba has a significant influence in encouraging the interest of generation Z to use LinkAja Syariah. Simultaneously, the perception of ease of use, perception of usefulness, trust and knowledge of riba has a significant influence on the interest of generation Z to use LinkAja Syariah in Semarang City.

Keywords: LinkAja Syariah, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, Knowledge Riba

Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, kepercayaan dan pengetahuan riba secara parsial serta simultan terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah di kalangan generasi Z di Kota Semarang. Data yang digunakan adalah data sekunder dari Badan pusat statistik Kota Semarang dan data primer yang dikumpulkan melalui wawancara serta menggunakan kuesioner dengan responden 100 generasi Z yang menggunakan LinkAja Syariah di Kota Semarang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yang dapat menunjukkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dan mampu menganalisis faktor-faktor serta hasil analisis regresi dalam sekali pengujian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, kepercayaan dan pengetahuan tentang riba memiliki pengaruh yang signifikan dalam mendorong minat generasi Z untuk menggunakan LinkAja Syariah. Secara simultan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, kepercayaan dan pengetahuan riba memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi Z untuk menggunakan LinkAja Syariah di Kota Semarang.

Kata Kunci: LinkAja Syariah, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Kepercayaan, Pengetahuan riba

Saran sitasi: Utami, K. L., & Hayati, B. (2024). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah pada Generasi Z Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 2244-2254. Doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13852>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13852>

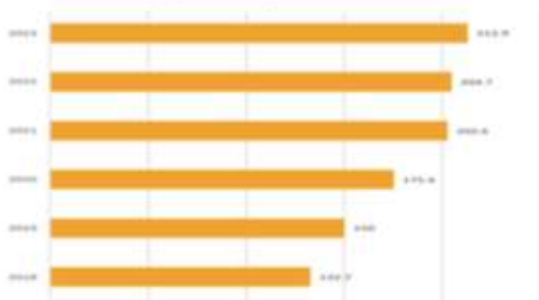
1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi, sudah berkecambah ke seluruh aspek kehidupan manusia. Kondisi tersebut tidak dapat dilepaskan dari sikap dan perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam hal jual-beli, di mana memerlukan sebuah transaksi

pembayaran untuk terjadinya sebuah kesepakatan. Dalam mencapai transaksi pembayaran tersebut memerlukan instrumen keuangan yaitu uang. Pada zaman modern, seiring dengan perkembangan teknologi, untuk melakukan kegiatan yang berkaitan dengan keuangan tidak harus bertatap muka langsung,

akan tetapi dapat dilakukan melalui keuangan digital yang telah difasilitasi oleh pemerintah ataupun pihak swasta. Pengimplementasian keuangan digital memerlukan sebuah akses jaringan internet untuk masuk ke dalam platform aplikasi pembayaran non-tunai. Penggunaan *electronic payment* di belahan dunia terus mengalami kemajuan yang signifikan, tidak terkecuali dengan Indonesia. Hal ini dapat ditunjukkan melalui penggunaan pembayaran selular yang menunjukkan tren positif selama kurun waktu 5 tahun terakhir. Berikut data pengguna *internet mobile* di Indonesia:

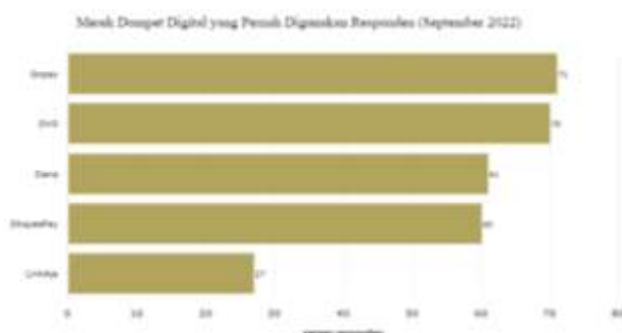
Gambar 1.1. Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: (Datareportal, 2023)

Pengguna internet di Indonesia yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, mengimplikasikan bahwa teknologi digital telah berkembang dengan pesat. Hal ini akan berpengaruh ke sistem layanan keuangan digital yang lebih praktis dan efisien. Di Indonesia, telah terdapat *Financial Technology (Fintech)* yang menjadi bukti kemajuan sektor keuangan digital. Kehadiran *Fintech* telah merambah ke segala dimensi dan sistem keuangan. Perkembangan fintech juga memunculkan inovasi yaitu adanya *electronic payment* atau *e-wallet*. Di Indonesia, telah berkembang beberapa *e-wallet* yang digunakan oleh masyarakat Indonesia, meliputi *shopee Pay*, *OVO*, *Dana*, *GoPay*, *Linkaja syariah*, dan lain-lain.

Gambar 1. 2. Data Pengguna E-Wallet di Indonesia



Sumber: (Databooks, 2022)

Berdasarkan survei di atas, menunjukkan bahwa *Gopay* memiliki presentase pengguna terbanyak di Indonesia. Di sisi lain, *LinkAja* sebagai induk dari *LinkAja Syariah* memiliki presentase yang paling rendah dibandingkan dengan *e-wallet* lainnya. Padahal mayoritas pemeluk agama islam terbesar secara global terdapat di Indonesia, di mana hal ini selaras dengan berbagai layanan yang dimiliki oleh *LinkAja Syariah* dengan berbasis prinsip dan syariah islam. Hal ini ditunjukkan dengan pangsa pasar *e-wallet* syariah di Indonesia hanya mencapai 6,33 persen hingga Oktober 2021, bahkan pemerintah Indonesia telah menetapkan *Roadmap e-wallet* syariah namun tetap saja *e-wallet* syariah di Indonesia mengalami perlambatan pertumbuhan (Nuha et al., 2020).

Minat seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi informasi ditentukan oleh *Technology acceptance Model (TAM)* sebagai bentuk model analisis (Davis, 1989). Teknologi informasi pada penelitian ini, merujuk pada keuangan digital syariah untuk membaca perilaku konsumen dalam memanfaatkan teknologi informasi yang ada. Hipotesis yang dipergunakan untuk memprediksi niat seseorang dalam TAM, melibatkan faktor *perceived ease of use* dan *perceived of usefulness*. Selain itu terdapat faktor di eksternal diluar dari *Technology Acceptance Model*, yang memengaruhi minat penggunaan terhadap *LinkAja Syariah*, yaitu kepercayaan dan pengetahuan terhadap riba.

Persepsi kemudahan pada dasarnya akan menentukan minat seseorang dalam menggunakan, apabila layanan *LinkAja Syariah* semakin mudah digunakan maka minat seseorang akan tinggi, bahkan mampu menjadi rujukan untuk orang lain sebagai rekomendasi. Hal ini selaras dengan penelitian terdahulu tahun 2016 yang dilakukan oleh Priambodo menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (Priambodo & Prabawani, 2016).

Persepsi kemanfaatan digunakan untuk mengukur tingkat kebermanfaatan suatu pembayaran digital kepada para pengguna untuk mencapai tujuan yang akan dicapai. Pada penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Denaputri pada tahun 2016, menguraikan bahwamanfaat berpengaruh signifikan pada minat pelanggan di dalam menggunakan pembayaran selular (Denaputri & Usman, 2020).

Kepercayaan sangat diperlukan oleh pengguna teknologi informasi agar dapat berkembang. kinerja individu untuk menjalankan aktivitas organisasi ataupun perusahaan (Triyani Budyastuti, 2020). Pada penelitian terdahulu yang diutarakan oleh Wibowo, menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan serta positif baik secara parsial ataupun simultan terhadap keputusan penggunaan produk *e-money* (Wibowo & Suryoko, 2018).

Niat pengguna untuk mengadopsi uang elektronik sebagai alat pembayaran tergantung pada tingkat pengetahuan terkait *riba* (Aji et al., 2019). Hal ini selaras pada penelitian terdahulu yang diutarakan oleh Marzuki tahun 2020, bahwa pengetahuan *fiqh* konsumen syariah berpengaruh signifikan terhadap konsumen keuangan muslim dalam mengadopsi produk teknologi keuangan syariah (Marzuki & Nurdin, 2020).

Kota Semarang menjadi salah satu kota dengan representasi paling ramah dengan generasi Z. Hal ini menjadikan Kota Semarang sebagai kota dengan jumlah generasi Z yang memiliki cakupan besar sehingga berpotensi untuk menggunakan aplikasi pembayaran non-tunai, termasuk LinkAja Syariah. Minat generasi Z dalam memilih suatu aplikasi lebih dikhususkan pada kemudahan dalam penggunaan dan kebermanfaatan penggunaan. kemudahan yang ada dalam transaksi *e-wallet* membuat Generasi Z akan semakin mudah mengoperasikan *e-wallet* tersebut (Ayuning & Purwanti, 2020). Akan tetapi, pemahaman inklusi dan literasi keuangan, khususnya inklusi dan literasi keuangan syariah masih belum tinggi.

Berdasarkan hasil survei terhadap responden berjumlah 100 orang, dapat diketahui bahwa yang tidak mengetahui LinkAja Syariah baik fitur maupun penggunaannya sebanyak 75%, di mana hal tersebut telah terbagi ke dalam beberapa kelompok penggunaan aplikasi selain LinkAja Syariah, yaitu Shopee Pay memiliki presentase yang paling tinggi sekitar 32%, Dana 28%, OVO 9%, Gopay 5% dan isaku 1%. Selain itu, para generasi Z di Kota Semarang belum mengetahui bahwa LinkAja Syariah memiliki fitur berbasis syariah, karena mereka bermindset bahwa di dalam LinkAja Syariah fiturnya sama dengan LinkAja yang menggambarkan tampilan fitur secara konvensional.

LinkAja Syariah, ialah sebuah bentuk layanan uang elektronik yang berkedudukan sebagai perluasan layanan yang terdapat di aplikasi LinkAja dengan

berlandaskan prinsip-prinsip dan kaidah syariah. Di dalam pengimplemenasiannya, LinkAja Syariah memprioritaskan 3 kategori utama antara lain, penerapan ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf), melakukan pemberdayaan ekonomi dengan basis masjid, digitalisasi pesantren serta UMKM. Pada 28 Januari 2021, LinkAja Syariah mencapai 1, 8 Juta pengguna, akan tetapi jika melihat secara keseluruhan hanya 61 juta pengguna, artinya hanya 4 % dari pengguna LinkAja Konvensional yang melakukan aktivasi Layanan Syariah LinkAja (Walfajri, 2021). Hal ini karena masih banyak *e-wallet* yang memiliki fitur dan layanan serupa sehingga perlunya inovasi *cashless society*.

Urgensi penelitian ini dilakukan untuk menghasilkan artikel ilmiah tentang faktor yang mempengaruhi minat generasi Z dalam menggunakan LinkAja Syariah di Kota Semarang untuk publikasi di jurnal nasional terakreditasi Sinta. Secara khusus penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, kepercayaan, dan pengetahuan *riba* terhadap minat generasi Z dalam menggunakan LinkAja Syariah di Kota Semarang.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif disertai dengan kerangka berpikir dan pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berada di Kota Semarang dengan rentang usia 11 – 26 tahun sebesar 375.522 jiwa. Metode pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, yaitu para generasi Z yang menggunakan platform LinkAja Syariah. Jumlah sampel yang diambil berdasarkan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Prediksi ambang kesalahan pada pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir;

e = 10 % (populasi besar).

Berdasarkan rumus slovin yang tertera diatas , didapatkan hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{375.522}{1 + 375.522(0,10)^2}$$

$$n = \frac{375.522}{1 + 3.755,22}$$

$$n = \frac{375.522}{3.756,22}$$

$$n = 99,973$$

Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan melalui rumus tersebut dapat dinyatakan bahwa jumlah sampel yang diperlukan adalah 99 orang, oleh karena itu penelitian ini menggunakan 100 sampel, yang terdiri dari para generasi-Z yang berdomisili di wilayah Kota Semarang. Di samping itu, pengujian hasil kuesioner ataupun angket dengan menggunakan uji analisis validitas dan reliabilitas. Sedangkan analisis data penelitian dilaksanakan menggunakan asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas), analisis regresi linier berganda serta uji hipotesis (uji statistik F, uji F serta uji koefisien determinasi).

Hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Minat menggunakan LinkAja Syariah dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan dan positif.

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Nadhilah & Hasanah, 2022), yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi)” yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi secara positif serta signifikan terhadap seseorang dalam menggunakan dompet digital LinkAja Syariah.

H2: Minat menggunakan LinkAja Syariah dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan secara signifikan dan positif.

Hasil penelitian yang dikemukakan oleh (Widodo & Putri, 2021) yang memiliki judul “Analyzing the Intention to Use of Digital Wallet LinkAja with Technology Acceptance Model (TAM) Approach in Bandung”, diperoleh sebuah interpretasi yaitu persepsi kemanfaatan berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap minat seseorang dalam menggunakan dompet digital LinkAja.

H3: Minat menggunakan LinkAja Syariah dipengaruhi oleh kepercayaan secara signifikan dan positif.

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Nadhilah & Hasanah, 2022), dengan jurnal yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi)” yang menguraikan bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap seseorang dalam menggunakan dompet digital LinkAja Syariah.

H4: Minat menggunakan LinkAja Syariah dipengaruhi oleh pengetahuan riba secara signifikan dan positif.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aji et al, 2020) dengan jurnal yang berjudul “The Effects Of Subjective Normand Knowledge about riba on intention To Use E-Money in indonesia”, yang menyatakan bahwasanya pengetahuan terkait riba berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Linkaja Syariah.

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

- Minat menggunakan Linkaja Syariah (Y) adalah perilaku seseorang yang menggambarkan sebuah ketertarikan atau minat yang diimplementasikan melalui reaksi nyata dari generasi Z di Kota Semarang (Rachmasari et al., 2023);
- Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) adalah seberapa besar seseorang yakin bahwa teknologi itu mudah digunakan terhadap fitur-fitur yang ditawarkan LinkAja Syariah kepada generasi Z di Kota Semarang (Nurul Haqiqi et al., 2020);
- Persepsi kemanfaatan (X3) adalah kemampuan dari generasi Z Kota Semarang yang potensial dalam memanfaatkan aplikasi LinkAja Syariah untuk memudahkan pekerjaan (Azizah & Ma’sud, 2022);
- Kepercayaan (x4) adalah akumulasi keyakinan integritas, kebajikan dan kemampuan dapat meningkatkan ketergantungan dari generasi Z terhadap fitur-fitur atau layanan yang terdapat dalam LinkAja Syariah (Sumadi et al., 2022);
- Pengetahuan riba (X4) adalah sebuah bentuk sikap dari generasi Z dalam menerima serta mengadopsi LinkAja Syariah sebagai cara pembayaran baru dengan memperhatikan *knowledge of riba* (Aji et al., 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

3.1.1. Uji Validitas

Tabel 1

Faktor	Unit	R-tabel	R-hitung	Ket
Minat	Y1.1	0,195	0,697	Diterima
	Y1.2	0,195	0,648	Diterima
	Y1.3	0,195	0,533	Diterima
	Y1.4	0,195	0,632	Diterima
	Y1.5	0,195	0,624	Diterima
	Y1.6	0,195	0,686	Diterima
Persepsi	X1.1	0,195	0,707	Diterima

Faktor	Unit	R-tabel	R-hitung	Ket
Kemudahan Penggunaan	X1.2	0,195	0,727	Diterima
	X1.3	0,195	0,611	Diterima
	X1.4	0,195	0,749	Diterima
	X1.5	0,195	0,749	Diterima
	X1.6	0,195	0,597	Diterima
Persepsi Kemanfaatan	X2.1	0,195	0,555	Diterima
	X2.2	0,195	0,702	Diterima
	X2.3	0,195	0,696	Diterima
	X2.4	0,195	0,689	Diterima
	X2.5	0,195	0,679	Diterima
Kepercayaan	X2.6	0,195	0,649	Diterima
	X3.1	0,195	0,625	Diterima
	X3.2	0,195	0,677	Diterima
	X3.3	0,195	0,693	Diterima
	X3.4	0,195	0,687	Diterima
Pengetahuan Terhadap riba	X3.5	0,195	0,741	Diterima
	X3.6	0,195	0,676	Diterima
	X4.1	0,195	0,630	Diterima
	X4.2	0,195	0,666	Diterima
	X4.3	0,195	0,641	Diterima
	X4.4	0,195	0,664	Diterima
	X4.5	0,195	0,635	Diterima
	X4.6	0,195	0,599	Diterima

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas, dapat diketahui bahwa sudah terpenuhinya syarat-syarat pada uji validitas melalui pertimbangan r-hitung lebih besar daripada r-tabel di setiap variabel.

3.1.2. Uji Reliabilitas

Tabel 2

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliability Standard	Interpretasi
Minat Penggunaan	0,701	0,60	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,780	0,60	Reliabel
Persepsi Kemanfaatan	0,743	0,60	Reliabel
Kepercayaan	0,769	0,60	Reliabel
Pengetahuan terhadap Riba	0,708	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji realibilitas, nilai dari setiap variabel melebihi kriteria minimal Cronbach's Alpa yaitu 0,60. Oleh karena itu, setiap variabel di dalam

penelitian sangat konsisten dan akurat terhadap pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden.

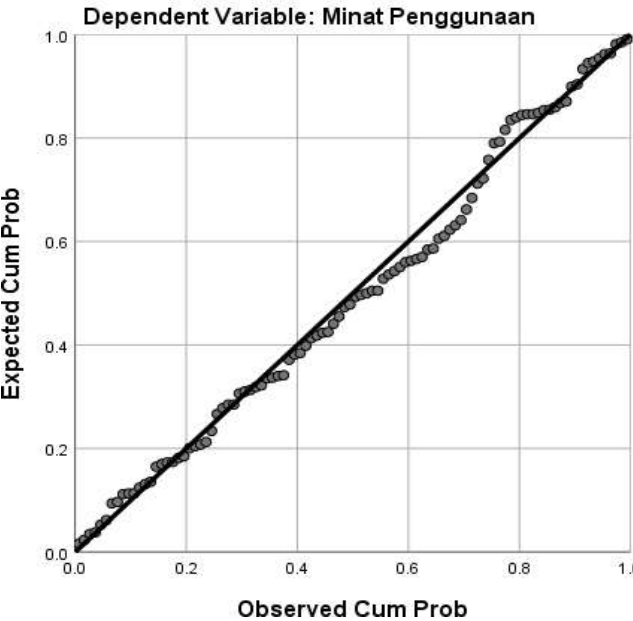
3.1.3. Uji Asumsi Klasik

3.1.3.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas Grafik

Gambar 3.1

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

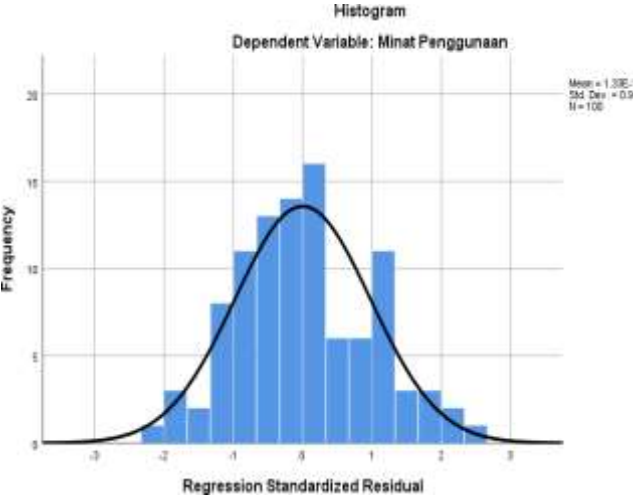


Sumber: Data diolah primer (2024)

Berdasarkan hasil uji normalitas melalui grafik, dapat diketahui titik-titik berada pada jalur diagram dan fokus secara diagonal dari angka 0 sampai 1, sehingga dapat dinyatakan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Normalitas Histogram

Gambar 3.2



Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan uji normalitas melalui histogram, dapat diketahui bahwa membentuk kuva lengkungan normal, sehingga dapat diinterpretasikan nilai residual memenuhi asumsi normalitas.

Uji Kolmogorov-Smirnov

Tabel 3

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.27306516
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.060
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan hasil Uji Kolmogorov-Smirnov, diperoleh Tingkat signifikansi 0,200, di mana melebihi 0.05 (angka signifikan). Maka dari itu, uji normalitas mengacu pada kondisi tersebut dapat disimpulkan bahwa H0 dapat diakui.

3.1.3.2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	Variance Inflation Factor
Persepsi Kemudahan	0,511	1.958
Persepsi Kemanfaatan	0,546	1.832
Kepercayaan	0,472	2.117
Pengetahuan terhadap Riba	0,528	1.893

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, dapat diketahui bahwa nilai tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10, sehingga dapat dikatakan bahwa model diatas telah terbebas dari adanya multikolineritas.

3.1.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6

Analisis Regresi Linier Berganda

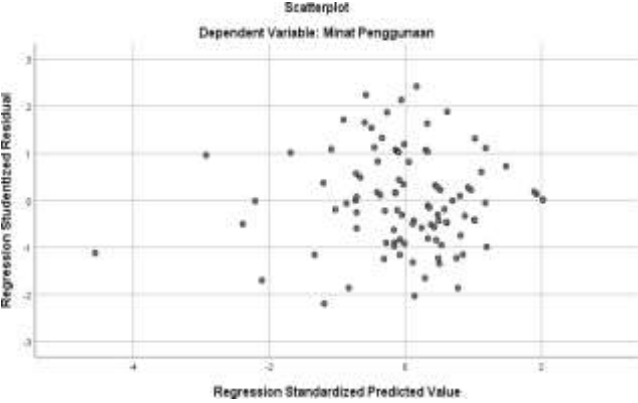
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity tolerance	Statistics VIF
		B	Std.error					
1	(Constant)	29.083	1.984		14.660	.000		
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.194	.084	.203	2.315	.023	.511	1.958
	Persepsi Kemanfaatan	.203	.080	.216	2.540	.013	.546	1.832
	Kepercayaan	.262	.091	.263	2.884	.005	.472	2.117
	Pengetahuan Riba	.296	.096	.266	3.075	.003	.528	1.893

Sumber: Data primer diolah (2024)

3.1.3.3. Uji Multikolinearitas

Uji Scatterplot

Gambar 3.3



Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji scatterplot, dapat diketahui bahwa penyebaran plot terjadi secara massif serta tidak berbentuk pola yang simetris serta berada pada sekitaran angka 0, baik di atas maupun di bawah. Oleh karena itu, dapat diinterpretasikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Glejser

Tabel 5

Variabel	Signifikansi Tingkat uji Glejser	kepercayaan	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan	0,440	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Kemanfaatan	0,068	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,632	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pengetahuan terhadap Riba	0,376	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji glejser yang dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi lebih besar daripada 0.05, sehingga dapat diinterpretasikan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Keterangan:

- a. Persamaan regresi $Y = 29.083 + 0.194 X_1 + 0.203 X_2 + 0.262 X_3 + 0.296 X_4 + \epsilon$
- b. Konstanta sebesar 29.083 menyatakan bahwa tidak terdapat kenaikan nilai yang terjadi dalam setiap variabel yang meliputi, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, kepercayaan serta pengetahuan riba, sehingga nilai variabel Y, yaitu minat penggunaan LinkAja Syariah sebesar 29.083.
- c. Koefisien regresi variabel X_1 persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0.194 dapat dinyatakan bahwa pada variabel X_1 ketika terjadi penambahan satu satuan, maka berpengaruh secara signifikan terhadap kenaikan nilai variabel Y, yaitu minat penggunaan LinkAja Syariah. Kondisi ini bisa dibenarkan melalui pengujian regresi linier berganda yang mendapatkan tingkat signifikansi sebesar 0.023, dimana bernilai kurang dari 5% ($0.023 < 0.05$).
- d. Koefisien regresi variabel X_2 persepsi kemanfaatan sebesar 0.203 dapat dinyatakan bahwa pada variabel X_2 ketika terjadi penambahan satu satuan, maka berpengaruh secara signifikan terhadap kenaikan nilai variabel Y, yaitu minat penggunaan LinkAja Syariah. Kondisi ini bisa dibenarkan melalui pengujian regresi linier berganda yang mendapatkan tingkat signifikansi sebesar 0.013, dimana bernilai kurang dari 5% ($0.013 < 0.05$).
- e. Koefisien regresi variabel X_3 kepercayaan sebesar 0.262 dapat dinyatakan bahwa pada variabel X_3 ketika terjadi penambahan satu satuan, maka berpengaruh secara signifikan terhadap kenaikan nilai variabel Y, yaitu minat

penggunaan LinkAja Syariah. Kondisi ini bisa dibenarkan melalui pengujian regresi linier berganda yang mendapatkan tingkat signifikansi sebesar 0.005, dimana bernilai kurang dari 5% ($0.005 < 0.05$).

- f. Koefisien regresi variabel X_4 pengetahuan riba sebesar 0.296 dapat dinyatakan bahwa pada variabel X_4 ketika terjadi penambahan satu satuan, maka berpengaruh secara signifikan terhadap kenaikan nilai variabel Y, yaitu minat penggunaan LinkAja Syariah. Kondisi ini bisa dibenarkan melalui pengujian regresi linier berganda yang mendapatkan tingkat signifikansi sebesar 0.003, dimana bernilai kurang dari 5% ($0.003 < 0.05$).

3.1.5. Uji Hipotesis

3.1.5.1. Uji F

Tabel 7
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	853.856	4	213.464	39.645	.000 ^b
Residual	511.516	95	5.384		
Total	1365.372	99			

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai f-hitung sebesar 39.645, di mana nilai tersebut lebih besar daripada 2.46 dan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang berarti kurang dari 0.05. Maka dari itu, dapat ditarik sebuah interpretasi bahwa variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, kepercayaan serta pengetahuan riba berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan LinkAja Syariah.

3.1.5.2. Uji T

Tabel 8
Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity tolerance	Statistics VIF
		B	Std.error					
1	(Constant)	29.083	1.984		14.660	.000		
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.194	.084	.203	2.315	.023	.511	1.958
	Persepsi Kemanfaatan	.203	.080	.216	2.540	.013	.546	1.832
	Kepercayaan	.262	.091	.263	2.884	.005	.472	2.117
	Pengetahuan Riba	.296	.096	.266	3.075	.003	.528	1.893

Sumber: Data primer diolah (2024)

Bersumber pada hasil uji T yang telah dilakukan di atas, dapat diketahui bahwa setiap variabel secara parsial memiliki pengaruh yang berbeda-beda. Variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dan positif secara parsial, variabel persepsi kemanfaatan mempunyai pengaruh signifikan dan positif secara parsial, variabel kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif secara parsial, serta variabel pengetahuan riba berpengaruh signifikan dan positif secara parsial. Maka dari itu, setiap variabel independen yang diuji T secara parsial menunjukkan hubungan terhadap minat menggunakan LinkAja Syariah.

3.1.5.3. Uji koefisien determinasi (R^2)

Tabel 9

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R-Square	Adjusted R-Square	Std. error of the estimate
1	.791	.625	.610	2.32043

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan pada tabel 4 hasil uji koefisien determinasi (R^2), dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2), pada kolom R-Square bernilai 0.625 atau sebesar 62.5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan, variabel kemanfaatan, kepercayaan serta pengetahuan riba mampu menjelaskan keterkaitan terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan LinkAja Syariah.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan LinkAja Syariah.

Hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai signifikansi 0.023, yang berarti kurang dari 0.05 dan nilai t-hitung sebesar 2.315, lebih besar daripada 1,99601 sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap minat menggunakan LinkAja Syariah. Maka dari itu H1, dapat diterima.

Persepsi kemudahan penggunaan secara parsial mempengaruhi minat menggunakan LinkAja Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa yang mempengaruhi minat generasi Z di Kota Semarang dalam menggunakan LinkAja Syariah berasal dari persepsi kemudahan penggunaan generasi Z masing-masing. Hal ini sejalan dengan penelitian yang diutarakan oleh

Davis pada tahun 1989, menyatakan bahwa kegunaan yang dirasakan diartikan sebagai keyakinan subjektif calon konsumen bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya dalam konteks organisasi. Selain itu, di dalam penelitian terbaru oleh Singh et al (Singh et al., 2020; Singh, 2020; Karim et al., 2020; Chawla dan Joshi, 2020; Chopra dan Ranjani, 2020; Saura dkk.,2020) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan niat pengguna untuk menggunakan layanan dompet seluler). Dalam hal ini, PT. FINARYA selaku pengelola dari LinkAja Syariah telah membuat sistem di dalam penggunaan platform LinkAja Syariah yang simple dan mudah sehingga tidak menyulitkan para generasi Z.

3.2.2. Pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan LinkAja Syariah.

Hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai signifikansi 0.013, yang berarti kurang dari 0.05 dan nilai t-hitung sebesar 2.540, lebih besar daripada 1,99601 sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap minat menggunakan LinkAja Syariah. Maka dari itu H2, dapat diterima.

Persepsi kemanfaatan secara parsial mempengaruhi minat menggunakan LinkAja Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa yang mempengaruhi minat generasi Z di Kota Semarang dalam menggunakan LinkAja Syariah salah satunya bersumber dari persepsi kemanfaatan generasi Z masing-masing. Hasil penelitian memiliki konteks secara berkesinambungan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Widiyanti (Widiyanti, 2020), mengutarakan bahwa manfaat yang dirasakan memiliki berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan *e-wallet* OVO. Dengan demikian, PT. FINARYA selaku pengelola LinkAja Syariah telah mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada para masyarakat baik generasi Z ataupun masyarakat secara keseluruhan terhadap fitur-fitur yang disediakan.

3.2.3. Pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan LinkAja Syariah.

Hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai signifikansi 0.005, yang berarti kurang dari 0.05 dan nilai t-hitung sebesar 2.884, lebih besar daripada 1,99601 sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh

signifikan dan positif secara parsial terhadap minat menggunakan LinkAja Syariah. Maka dari itu H3, dapat diterima.

Kepercayaan secara parsial mempengaruhi minat menggunakan LinkAja Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa yang mempengaruhi minat generasi Z di Kota Semarang dalam menggunakan LinkAja Syariah salah satunya bersumber dari kepercayaan setiap generasi Z Kota Semarang. Hasil penelitian ini secara tidak langsung berkorelasi dengan penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Shanker (Shanker & Datta, 2018), di mana mereka menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran mobile. PT. FINARYA, mampu memberikan keyakinan kepada pelanggan saat menggunakan LinkAja Syariah dengan berbagai kemanfaatan, kemudahan akan dapat dirasakan oleh generasi Z Kota Semarang.

3.2.4. Pengaruh pengetahuan riba terhadap minat menggunakan LinkAja Syariah.

Hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai signifikansi 0.003, yang berarti kurang dari 0.05 dan nilai t-hitung sebesar 3.075, lebih besar daripada 1,99601 sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap minat menggunakan LinkAja Syariah. Maka dari itu H4, dapat diterima.

Pengetahuan riba secara parsial mempengaruhi minat menggunakan LinkAja Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa yang mempengaruhi minat generasi Z di Kota Semarang dalam menggunakan LinkAja Syariah dapat berasal dari pengetahuan riba setiap generasi Z Kota Semarang. Hasil penelitian ini sejalan yang diutarakan oleh Marzuki (Marzuki & Nurdin, 2020) yang menyatakan bahwa konsumen muslim memiliki pengetahuan fiqh berpengaruh signifikan terhadap konsumen keuangan muslim dalam mengadopsi produk teknologi keuangan syariah. Dalam hal ini, generasi Z beranggapan dan mengetahui dalam melakukan pembayaran transaksi, investasi ataupun pinjaman dalam LinkAja Syariah tidak menimbulkan riba yang memberikan efek yang buruk bagi generasi Z pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, karena telah sesuai dengan yang disyariatkan oleh Al - Qur'an serta As - Sunnah.

4. KESIMPULAN

Hasil menunjukkan bahwa minat menggunakan linkaja syariah pada generasi Z di Kota Semarang didominasi oleh para pengguna yang mengenyam pendidikan di perguruan tinggi negeri ataupun swasta. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang meliputi, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, kepercayaan serta pengetahuan riba, dengan semakin kuatnya keempat variabel tersebut berpengaruh, maka minat menggunakan linkaja syariah semakin tinggi. Selain itu, penggunaan linkaja syariah pada generasi Z di Kota Semarang didominasi oleh faktor kepercayaan yang ditunjukkan melalui komponen *standardized coefficients error* sebesar 0.266. Sedangkan untuk saran penelitian selanjutnya diperlukan kajian yang mendalam dan mampu mengeksplorasi faktor-faktor lain yang memiliki keterkaitan dengan minat penggunaan LinkAja Syariah sehingga hasil penelitian menjadi lebih akurat. Hal ini dikarenakan masih rendahnya minat penggunaan LinkAja Syariah dibandingkan dengan platform *e-wallet* lainnya.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menghaturkan rasa terima kasih banyak kepada seluruh pihak-pihak yang berkontribusi secara langsung ataupun tidak terhadap proses penyusunan penelitian ini, sehingga penelitian dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Oleh karena itu, penulis berharap semoga penelitian ini mampu menjadi karya ilmiah yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan.

6. REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior . *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aji, H. M., Berakon, I., & Riza, A. F. (2020). The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1180–1196. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>
- Alfarizi, M., Hanum, R. K., & Hidayat, S. A. (2021). *Optimizing the Use of Sharia Digital Transactions To Support Indonesia ' S Economic Recovery*. 6(1), 122–132. <https://doi.org/10.20473/jiet.v6.i1.25977>

- Ariffin, S. K., Abd Rahman, M. F. R., Muhammad, A. M., & Zhang, Q. (2021). Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(3), 446–461. <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2021-0138>
- Azizah, N. N., & Mas'ud, F. (2022). Factor Analysis on Layanan Syariah Linkaja Usage Decision. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 18(2), 60–69. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v18i2.39337>
- Esawe, A. T. (2022). Understanding mobile e-wallet consumers' intentions and user behavior. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(3), 363–384. <https://doi.org/10.1108/SJME-05-2022-0105>
- Hasanah, N. F., Miswardi, M., Anggraini, D., Febrian, H., & Sholihin, A. (2023). Implementasi Technology Acceptance Model dalam Penggunaan E-Money Terhadap Minat Menggunakan E-Money Dengan Pengaruh Resiko Penggunaan Sebagai Variabel Mediasi Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2520. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8994>
- Herlina, Fernandes Andry, J., & Marcellus Susanto, F. (2023). Analisis Deskriptif Perilaku Konsumen Shopee: Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Technology and Informatics (JoTI)*, 4(2), 63–68. <https://doi.org/10.37802/joti.v4i2.318>
- 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>
- Johan, A. P., Lukviarman, N., & Putra, R. E. (2022). Continuous intention to use e-wallets in Indonesia: The impact of e-wallets features. *Innovative Marketing*, 18(4), 74–85. [https://doi.org/10.21511/im.18\(4\).2022.07](https://doi.org/10.21511/im.18(4).2022.07)
- Kurniati. (2016). Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6(1), 45–52. <http://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/387>
- Nadhilah, A., & Hasanah, N. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi). *Prosiding SNAM PNJ*, 1–12.
- Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, & Tri Ari Prabowo. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 317–328. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3000>
- Rachmasari, A., Fadah, I., & Hanim, A. (2023). Pengaruh Religiusitas, Faktor Sosial Ekonomi, Dan Faktor Teknologi Terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah Pada Generasi Z Di Kabupaten Bondowoso. *Ijabah*, 1(1), 57–70. <https://doi.org/10.19184/ijabah.v1i1.295>
- Rahayu, F. Q. P., & Nashirudin, M. (2023). Analisis Aplikasi “Layanan Syariah Linkaja” Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI no. 116/DSN-MUI/ix/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah dan Masalah Mursalah. *Journal on Education*, 5(2), 5473–5482. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.1299>
- Rahayu, I., & Prasetyatama, G. (2021). Determinants of the intention to continue using e-wallet during the covid-19 pandemic. *Journal of Contemporary Accounting*, 3(2), 53–63. <https://doi.org/10.20885/jca.vol3.iss2.art1>
- Sarmah, R., Dhiman, N., & Kanojia, H. (2020). Understanding intentions and actual use of mobile wallets by millennial: an extended TAM model perspective. *Journal of Indian Business Research*, 13(3), 361–381. <https://doi.org/10.1108/JIBR-06-2020-0214>
- Senali, M. G., Iranmanesh, M., Ismail, F. N., Rahim, N. F. A., Khoshkam, M., & Mirzaei, M. (2023). Determinants of Intention to Use e-Wallet: Personal Innovativeness and Propensity to Trust as Moderators. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39(12), 2361–2373. <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2076309>
- Sheila, U., Dewi Lestary, R. A., & Kholis, N. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Terhadap Penggunaan E-Money Sebagai Instrumen Pembayaran Non-Tunai. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 575–587. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art3>
- Siqueira, M. S. S., Nascimento, P. O., & Freire, A. P. (2022). Reporting Behaviour of People with Disabilities in relation to the Lack of Accessibility on Government Websites: Analysis in the light of the Theory of Planned Behaviour. *Disability, CBR and Inclusive Development*, 33(1), 52–68. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Studi, W. C.-, Pada, K., Semarang, M., Ekonomi, F., Nuswantoro, U. D., Ekonomi, F., & Nuswantoro, U. D. (2021). *Khodijah. 2014. “Maqashid Syari’ah Dan Masalahah Dalam Ekonomi Dan Bisnis Syari’ah.” IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 3(1): 659–72. <http://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/44>. 22(01), 414–425.

- Sumadi, Haris Romdhoni, A., & Fatakhurohim. (2022). Analisis Faktor Kepercayaan, Manfaat Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Boyolali). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2195–2201. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5976>
- Taufan, A., & Yuwono, R. T. (2019). Analysis of Factors That Affect Intention to Use e-Wallet through the Technology Acceptance Model Approach (Case Study: GO-PAY). *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 8(August), 413–419.
- Violinda, Q., & Khorunnisya, N. V. (2022). Minat Generasi Milenial Menggunakan E-Wallet Link Aja: Perspektif Teori Persepsi dan Perilaku. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 181–191. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.1.181>
- Wahyudi, N. A. (2021). Analisis Faktor Faktor Preferensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Booth Boca. *Performa*, 4(5), 746–755. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i5.1694>
- Widodo, T., & Putri, S. F. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital LinkAja dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) di Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(2), 134–145. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i2.34462>