



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)

Accredited No. 204/E/KPT/2022

DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v10i3.27036>

Volume 10, No. 3, 2025 (2180-2216)

---

# PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEGUNAAN, FITUR LAYANAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY* LINKAJA SYARIAH (STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI KOTA SERANG)

Bahtiar<sup>1</sup> Moh. Mukhsin<sup>2</sup> Isti Nuzulul Atiah<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup> Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

5554190032@untirta.ac.id

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, fitur layanan, dan keamanan terhadap minat menggunakan *e-money* LinkAja Syariah pada generasi Z di Kota Serang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada 290 responden generasi Z menggunakan teknik cluster sampling. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* LinkAja Syariah. Namun, variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan. Hasil uji simultan menyatakan bahwa seluruh variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Temuan ini memperkuat pentingnya literasi syariah dan persepsi kemudahan teknologi dalam mendorong adopsi *e-money* berbasis prinsip syariah.

**Kata kunci:** *E-Money*, Fitur Layanan, Keamanan, LinkAja Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Minat Menggunakan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan.

## Abstract

This research aims to analyze the influence of sharia financial literacy, perceived convenience, perceived usefulness, service features and security on interest in using LinkAja Syariah e-money among generation Z in Serang City. This research uses a quantitative approach with associative methods. Primary data was collected through questionnaires distributed to 290 generation Z respondents using cluster sampling

techniques. Partial test results show that sharia financial literacy, perceived convenience, perceived usefulness, and service features have a positive and significant effect on interest in using LinkAja Syariah e-money. However, the security variable has no significant effect. Simultaneous test results state that all variables together have a significant effect on interest in use. These findings reinforce the importance of sharia literacy and perceived ease of technology in encouraging the adoption of e-money based on sharia principles.

**Keyword:** E-Money, Interest in Using, LinkAja Syariah, Perception of Convenience, Perception of Usefulness, Security, Service Features, Sharia Financial Literacy

## 1. Pendahuluan

Perkembangan era digital dan revolusi industri 4.0 telah memicu kemajuan teknologi yang berdampak besar pada berbagai sektor, termasuk sektor keuangan. Salah satu wujud nyata dari kemajuan ini adalah kehadiran *financial technology (fintech)* yang menawarkan layanan keuangan secara lebih cepat, efisien, dan mudah diakses. *Fintech* mendorong masyarakat untuk bertransaksi secara non-tunai melalui berbagai aplikasi digital, salah satunya adalah *e-money*.

*E-money* adalah alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung maupun melalui agen-agen penerbit atau dengan pendebitan rekening di bank dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik. Keberadaan uang elektronik mengakibatkan perubahan pola transaksi masyarakat yang semula konvensional menjadi digital. Uang elektronik menawarkan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi (Meileny & Wijaksana, 2020).

Salah satu manfaat penggunaan uang elektronik adalah berkaitan dengan kecepatan. Artinya pengguna uang elektronik tidak perlu untuk menyiapkan uang pas dalam bertransaksi. Disamping itu, uang kembalian tidak perlu disimpan dan terhindar dari jumlah uang pengembalian yang salah. Manfaat yang lain adalah waktunya lebih cepat karena tidak memerlukan otorisasi pengesahan atau tanda tangan maupun nomor pin. Pengguna uang elektronik dalam melakukan aktifitas, produktivitasnya lebih meningkat dan efisien (Prasetya & Putra, 2020). Berikut adalah nilai volume dan nominal transaksi *e-money* di Indonesia:



**Tabel 1.**  
**Volume dan Nominal Transaksi *E-Money* di Indonesia**

Komponen	Satuan	2018	2019	2020	2021	2022
Volume transaksi belanja	Ribuan	3.429.015	7.053.583	4.625.704	5.451.335	6.925.778
Volume transfer <i>e-money</i>	Ribuan	73.265	295.650	244.604	469.908	1.848.318
Volume <i>Top up</i>	Ribuan	380.443	1.414.716	10.050.718	2.126.372	3.334.632
Nilai transaksi belanja	Miliar	47.199	145.165	204.909	305.436	407.534
Nilai transfer <i>e-money</i>	Miliar	7.205	22.419	18.336	38.717	177.055
Nilai <i>Top Up</i>	Miliar	43.730	290.170	252.579	368.680	532.805
Dana <i>float</i>	Miliar	4.033	6.143	7.893	11.112	10.606

**Sumber:** [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) (data diolah, 2025).

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, terlihat bahwa volume dan nominal transaksi e-money dari tahun 2018-2022 terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Diketahui bahwa volume transaksi belanja pada tahun 2022 mencapai 6.925.778 beriringan dengan peningkatan pada transaksi transfer e-money sebesar 1.848.318 dan volume topup sebanyak 3.334.632. Demikian juga dengan nilai transaksi belanja pada tahun 2022 sebesar 407.534 miliar diiringi oleh nilai transfer e-money sebanyak 177.055 miliar dan nilai topup sebesar 532.805 miliar rupiah serta dana float atau dana yang mengendap pada penyedia jasa sebesar 10.606 miliar rupiah.

Salah satu aplikasi e-money yang populer di Indonesia adalah LinkAja. LinkAja merupakan suatu produk PT. Fintek Karya Nusantara berupa uang elektronik dan

dompet digital berbasis server. Pada April 2020, LinkAja secara resmi meluncurkan Layanan Layanan Syariah LinkAja sebagai uang elektronik syariah pertama di Indonesia yang memberikan fasilitas dari berbagai jenis pembayaran dengan menganut kaidah syariah serta mendapatkan sertifikat DSN MUI (Ananda & Nuriyah, n.d. 2023).

Penggunaan dompet digital memberikan kemudahan dalam bertransaksi tanpa menggunakan uang kertas bagi masyarakat khususnya generasi Z Kota Serang. Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1997-2012, tepatnya setelah generasi milenial atau generasi Y. Tumbuh dan dibesarkan dengan perkembangan teknologi, internet dan media sosial adalah makanan sehari-hari mereka. Generasi Z mulai mengenal internet seiring dengan usia mereka. Internet dan media sosial telah dikenalkan sejak mereka masih kecil. Oleh karena itu, mereka dijuluki sebagai generasi internet atau disebut iGeneration (Arum et al., 2023). Generasi Z Kota Serang dapat dengan mudah mengetahui informasi terbaru yang berkaitan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta cukup keilmuan dan wawasan yang memadai, sehingga pandangan terhadap uang elektronik atau e-money menjadikan mereka representative menjadi objek penelitian, karena mereka adalah generasi yang mudah dalam menggunakan internet serta menggunakan e-money sejak awal perkembangannya di Indonesia.

Minat penggunaan adalah suatu keinginan seseorang atau alasan untuk melakukan perilaku tertentu jika mempunyai keinginan yang kuat untuk melakukannya. Dengan adanya kemudahan dari penggunaan e-money maka mendorong minat untuk menggunakan sistem tersebut. Hal ini terjadi karena masyarakat membutuhkan proses transaksi pembayaran yang praktis, aman, efektif dan cepat. Penggunaan uang tunai dalam bertransaksi dapat menimbulkan resiko yang lebih besar dibandingkan dengan melakukan proses pembayaran menggunakan e-money (Widyasanti & Suarmanayasa, 2023).

Pemilihan variabel dalam penelitian ini didasarkan pada faktor-faktor yang secara teoritis dan empiris yang memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan e-money berbasis syariah. Literasi keuangan syariah dipilih karena pemahaman terhadap prinsip keuangan Islam dapat mendorong preferensi terhadap layanan yang sesuai dengan syariat, seperti LinkAja Syariah. Persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan merupakan variabel utama dalam model penerimaan teknologi (TAM) yang menjelaskan bagaimana kemudahan dan manfaat suatu teknologi dapat memengaruhi minat penggunanya. Fitur layanan dipertimbangkan karena ragam dan kualitas fitur yang ditawarkan menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna e-money. Sementara itu, keamanan menjadi variabel penting karena kepercayaan terhadap sistem keamanan



digital sangat menentukan keputusan pengguna dalam menyimpan dan melakukan transaksi keuangan secara elektronik. Kombinasi kelima variabel ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh terhadap minat Generasi Z di Kota Serang dalam menggunakan e-money LinkAja Syariah.

Literasi keuangan Syariah merupakan salah satu prediktor yang dapat mempengaruhi minat menggunakan e-money. Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan, keterampilan dan sikap dalam mengelola sumber daya keuangan menurut ajaran islam. Selain itu literasi keuangan Islam merupakan kewajiban agama bagi setiap muslim karena hal tersebut membawa implikasi lebih lanjut tentang realisasi Al-Falah (kesuksesan sejati) di dunia dan di akhirat (Ayuningrum & Sadiyah, 2022).

Prediktor lain yang dapat mempengaruhi minat menggunakan e-money adalah persepsi kemudahan. Persepsi kemudahan pengguna adalah persepsi yang dirasakan pengguna mengenai kemudahan akses, pengoperasian sistem aplikasi yang dirancang agar pengguna tidak merasa kesulitan saat menggunakan aplikasi e-money. Persepsi kemudahan penggunaan dapat dipahami sebagai penilaian pengguna atau publik mengenai jumlah usaha atau waktu yang diperlukan untuk mempelajari dan menggunakan teknologi baru, di mana penilaian tersebut dapat berupa penilaian positif atau penilaian negatif (Ayuningrum & Sadiyah, 2022).

Persepsi kegunaan turut menjadi prediktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi minat menggunakan e-money. Persepsi kegunaan adalah sejauh mana tingkat rasa percaya seseorang jika dengan menggunakan suatu teknologi akan dapat meningkatkan kinerja dalam pekerjaan yang dilakukan. Seseorang akan menggunakan layanan e-money jika dirasa dapat memberikan manfaat kegunaan bagi dirinya untuk meningkatkan kinerja dalam suatu pekerjaan (Darista & Mujilan, 2021).

Disisi lain fitur layanan turut menjadi prediktor yang dapat mempengaruhi minat menggunakan e-money. Fitur layanan adalah satu faktor penting dalam mengambil suatu keputusan, dikarenakan dalam fitur layanan yang lengkap dan memadai cenderung akan meningkatkan minat konsumen untuk menggunakannya begitupun sebaliknya, fitur layanan yang kurang lengkap dan kurang memadai cenderung akan menurunkan minat konsumen untuk menggunakannya (Abrilia & Tri, 2020). Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa fitur adalah bagian penting dari atribut produk atau jasa yang merefleksikan manfaat dan fungsi dari sebuah produk atau jasa.

Prediktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat menggunakan e-money adalah keamanan. Keamanan adalah seperangkat prosedur dan program untuk



memverifikasi sumber informasi dan menjamin integritas dan privasi informasi. Keamanan dalam bertransaksi merupakan cara sebuah server mampu melindungi sebuah data agar tidak terjadi kebocoran dan mampu mendeteksi adanya penipuan di sebuah server yang berbasis teknologi. Keamanan merupakan usaha untuk mengendalikan dan mengontrol suatu aktivitas agar tetap keadaan normal (Umaningsih & Wardani, 2020).

Perkembangan LinkAja di kalangan publik adalah suatu cara yang diciptakan oleh perkembangan teknologi, namun tidak seluruh teknologi baru dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat. Dengan demikian, ketika memeriksa sikap pengguna terhadap penerimaan teknologi baru dan melakukan pembayaran digital, rancangan teoretis Technology Acceptance Model (TAM) digunakan, yang bertujuan untuk mencapai fungsi yang dirasakan dan asosiasi positif dengan harapan penggunaan digital payment serta sebagai model pendekatan yang sering digunakan untuk mengetahui tingkat penerimaan individu akan suatu teknologi tertentu (Khairin et al., 2023).

Alasan peneliti memilih teori TAM dalam penelitian ini adalah karena teori TAM memprediksi penerimaan teknologi informasi sangat signifikan. Pada teori TAM ada beberapa penyebab yang dapat mempengaruhi keinginan individu ketika menggunakan layanan atau teknologi baru yaitu pada persepsi penggunaan yang mudah dan persepsi kegunaan. Preferensi penggunaan juga termasuk pada model TAM, sehingga dapat dimanfaatkan untuk memprediksi keinginan. Namun, konstruk ini masih belum banyak digunakan (Budiastuti & Muid, 2020).

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan pada generasi Z Kota Serang didapatkan sebuah fenomena yang dilakukan terhadap 36 responden, diketahui bahwa 100% responden memiliki e-money. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa banyak responden memiliki e-money untuk kemudahan dalam bertransaksi di era digital saat ini. LinkAja syariah merupakan salah satu jenis e-money yang menekankan pada prinsip-prinsip syariah pada setiap transaksinya. Sebagai seorang muslim, ketika melakukan suatu transaksi harus memperhatikan aspek-aspek yang diperbolehkan dan dilarang, akan tetapi pada kenyataannya proporsi penggunaan LinkAja konvensional lebih besar (80,6%) dibandingkan penggunaan LinkAja syariah, yaitu sebesar 19,4% yang diakibatkan oleh minimnya literasi keuangan syariah pada generasi Z Kota Serang. Hal tersebut membuktikan bahwa masih minimnya kesadaran generasi milenial Kota Serang dalam memilih e-money yang mengakomodasi prinsip-prinsip syariah.



Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. Perbedaan jurnal tersebut dengan penelitian ini adalah jurnal penelitian tersebut lebih menekankan pada minat penggunaan fintech secara umum. Sedangkan dalam penelitian ini fokus khusus pada minat penggunaan e-money LinkAja Syariah. Kebaruan (*novelty*) atau perbedaan dari penelitian ini peneliti menambahkan beberapa variabel baru seperti fitur layanan yang belum terdapat pada jurnal rujukan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti memandang objek ini sangat menarik untuk dikaji lebih lanjut. Maka dari itu sesuai dengan pemaparan masalah dalam latar belakang diatas , peneliti akan melakukan penelitian dan menyajikannya dalam bentuk skripsi dengan judul “**Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Fitur Layanan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Money LinkAja Syariah (Studi Kasus Pada Gen Z Kota Serang)**”.

## 2. Kajian Pustaka

### 2.1. Technology Acceptance Model

*Technology Acceptance model* (TAM) adalah teori yang diungkapkan oleh Ajzen & Fisben (1980), kemudian dikembangkan oleh Davis (1989) yang berguna untuk memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi melalui dua variabel utama, yakni persepsi penggunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan pengguna (*perceived ease of use*) (Uska, 2017). TAM bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang penentuan penerimaan teknologi secara umum, memberikan penjelasan tentang perilaku atau sikap pengguna dalam suatu populasi. TAM menyatakan bahwa behavioral intention to use ditentukan oleh dua keyakinan yaitu perceived usefulness sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan keinerjanya. Serta kedua adalah perceived ease to use (Maulana et al., 2018).

*Technology acceptance model* (TAM) atau model penerimaan teknologi merupakan salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Rahmawati & Narsa, 2019).

*Technology acceptance model* (TAM) adalah salah satu model untuk menganalisis serta memahami berbagai faktor yang mempengaruhi



penggunaan penerimaan teknologi agar dapat diterima. TAM memiliki tujuan untuk memprediksi acceptance dari pengguna terhadap suatu sistem informasi, serta menyediakan teoritic base untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi acceptance suatu teknologi dalam suatu organisasi, dengan menjelaskan sebuah hubungan antara benefit beliefs (keyakinan manfaat), kemudahan dalam penggunaan dan perilaku, serta penggunaan aktual dari pengguna sistem informasi (Santoso & Zusrony, 2020).

*Technology acceptance model* (TAM) adalah kerangka kerja untuk menganalisis berbagai variabel yang mungkin mempengaruhi keterbukaan orang untuk mengadopsi teknologi informasi baru. *Technology acceptance model* (TAM) adalah kerangka kerja untuk mengenali penerimaan pengguna atas solusi teknologi informasi. TAM adalah kerangka kerja untuk mempelajari elemen-elemen yang mempengaruhi keterbukaan orang untuk mengadopsi teknologi informasi baru. Sejauh mana pengguna menghargai layanan kenyamanan teknologi dan sejauh mana mereka menilai fungsi dan penggunaan teknologi keduanya memiliki peran dalam menentukan apakah teknologi diadopsi atau tidak (Putri et al., 2023).

Berdasarkan beberapa pemaparan yang telah dikemukakan diatas, maka dapat disimpulkan *Technology Acceptance Model* merupakan model yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap penggunaan sistem teknologi informasi.

## 2.2. Minat Menggunakan

Minat adalah merupakan perasaan tertarik dari pengguna kepada suatu teknologi. Sehingga ketika seorang pengguna telah melakukan penilaian terfokus pada suatu teknologi, dan dalam hasilnya menunjukkan bahwa teknologi tersebut layak digunakan, maka akan menimbulkan minat penggunaan (Guide, 2017).

Minat untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan suatu teknologi, sistem informasi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap dan perhatiannya terhadap teknologi tersebut. Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat melakukannya (Aritonang & Arisman, 2017).

## 2.3. Literasi Keuangan Syariah



Literasi keuangan syariah didefinisikan dengan kemampuan individu dalam mengimplementasikan keterampilan, pengetahuan, dan sikap keuangan untuk pengelolaan sumber daya keuangan berdasarkan nilai-nilai Islam. Literasi keuangan syariah dideskripsikan sebagai pengetahuan dan implementasi keuangan Islam termasuk konsep dasar, seperti gharar, riba, maysir, pendapatan, pinjaman, investasi, metode pembayaran, teknologi keuangan dan konsep asuransi untuk membuat keputusan keuangan sesuai dengan nilai-nilai Islam (Agustina & Riyanto, 2023).

Literasi keuangan syariah didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan, keterampilan dan sikap dalam mengelola sumber daya keuangan menurut ajaran Islam. Selain itu, literasi keuangan syariah merupakan kewajiban agama bagi setiap muslim karena hal tersebut membawa implikasi lebih lanjut tentang realisasi Al-Falah (kesuksesan sejati) di dunia dan akhirat (Ayuningrum & Sadiyah, 2022). Hal ini sesuai dengan Q.S. Al-Baqarah [2] : 208:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوهَا فِي السَّلَامِ كَافَةً وَلَا تُنْتَهُوا حُطُوطَ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَذُونٌ مُّبِينٌ ۖ ےے

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaritan. Sesungguhnya syaitan itu musuh nyata bagimu" (Q.S. Al-Baqarah [2] : 208).

## 2.4. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka akan digunakannya (Romadloniyah & Prayitno, 2018). Persepsi kemudahan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (Kurnianingsih & Maharani, 2020).

Persepsi kemudahan diartikan seberapa besar seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi dapat dengan mudah diakses tanpa membutuhkan efforsi yang banyak (Artina, 2021). Persepsi kemudahan merupakan tingkat rasa percaya seseorang terhadap suatu teknologi bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami (Darista & Mujilan, 2021).

## 2.5. Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan atau manfaat merupakan kepercayaan pengguna bahwa dengan penggunaan suatu sistem tertentu akan memberikan peningkatan pada kinerja pekerjaannya. Persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Dengan demikian jika



seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya (Kartika, 2018).

Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai probabilitas subjektif dari pengguna potensial yang menggunakan sistem aplikasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisinya, diketahui bahwa persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan individu tentang proses pengambilan keputusan (Novitasari, 2016).

Persepsi kegunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Individu akan menggunakan teknologi informasi jika orang tersebut mengetahui manfaat atau kegunaan (usefulness) positif atas penggunaanya. Individu yang merasa semakin mudah menggunakan internet, akan merasa semakin mudah mendapatkan manfaat dari teknologi tersebut (Silaen & Prabawani, 2019).

## 2.6. Fitur Layanan

Fitur adalah ciri khas produk yang dijadikan sebagai pelengkap dari fungsi produk tersebut (Artina, 2021). Fitur merupakan karakteristik produk yang dibuat untuk memberikan kekhasan dan ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, sedangkan layanan merupakan tindakan yang ditawarkan kepada konsumen namun tidak mengakibatkan kepemilikan, dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa fitur layanan merupakan karakteristik suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan memiliki keunikan tersendiri yang bertujuan untuk menarik para konsumen (Endriyanto & Indrarini, 2021).

Fitur layanan merupakan tambahan karakteristik yang melekat pada fungsi dasar suatu produk. Fitur yang ditawarkan inilah yang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk memutuskan untuk memanfaatkan fintech dalam bentuk e-money tersebut. Kemudahan akses dan keberagaman layanan yang ditawarkan menjadikan suatu keunggulan untuk memenangkan persaingan. Sehingga perusahaan fintech harus memperhatikan fitur layanan yang ditawarkan kepada calon konsumen, agar sesuai dengan kebutuhan dan dapat menarik konsumen (Puspita & Solikah, 2022).

## 2.7. Keamanan

Keamanan merujuk pada bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi. Dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik (Utami & Kusumawati, 2017). Keamanan adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau, paling tidak, mendeteksi adanya

penipuan di sebuah sistem berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik (Putri et al., 2021).

Keamanan merujuk pada bagaimana dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tifak, mendeteksi adanya penipuan disebut sistem yang berbasis inforasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik (Hadisantoso et al., 2021). Keamanan adalah bagaimana kita mencegah penipuan atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem berbasis informasi. Keamanan merujuk pada bagaimana dapat mencegah suatu penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya tidak memiliki suatu arti fisik. Keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul, sehingga keamanan secara tidak langsung dapat menjamin kelangsungan bisnis dan mengurangi risiko-risiko yang terjadi (Zahara & Nasution, 2021).

### 3. Metode Penelitian

Temuan ini menggunakan jenis metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkret atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis (Sugiyono, 2019:17). Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan asosiatif. Karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money*.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden (Sugiyono, 2019:194). Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung dari tanggapan responden terhadap pertanyaan mengenai Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan e-money Pada Generasi Z Kota Serang. Menurut Sugiyono (2019: 193) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder didapatkan dari sumber yang dapat mendukung penelitian antara lain dari dokumentasi dan literatur. Data sekunder yang berhubungan dengan penelitian ini diperoleh dari buku-buku yang berkaitan dengan variabel penelitian, jurnal dan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti,



oleh karena itu populasi yang digunakan merupakan populasi infinit, yaitu generasi Z Kota Serang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Cluster sampling* dengan rumus ferdinand sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 290 orang responden.

Teknik pengumpulan data pada temuan ini terdiri dari Kuesioner, Observasi, Wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan alat bantu SPSS 23.0 dan microsoft excel dengan melewati uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (uji t dan uji f) serta uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

#### 4. Hasil dan Pembahasan

##### 4.1. Hasil

###### 1. Uji Instrumen

###### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai sejauh mana suatu kuesioner memiliki validitas. Validitas suatu kuesioner ditentukan oleh kemampuannya dalam mengukur secara akurat konstruk yang dimaksud, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, menunjukkan hubungan yang signifikan antara item pernyataan dan skor total, demikian juga hubungan sebaliknya. Metode yang digunakan untuk menilai validitas kuesioner tersebut adalah korelasi produk moment atau menggunakan *bivariate pearson*.

**Tabel 2.**  
**Uji Validitas**

Variabel	Indikator	R-Hitung	Taraf Sig	R-Tabel	Keterangan
<b>Literasi Keuangan Syariah (X1)</b>	Saya mengetahui bahwa transaksi keuangan syariah harus bebas dari unsur riba, <i>gharar</i> , dan maisir	0,436	0,05	0,1156	Valid
	Saya mampu membedakan antara produk keuangan syariah dan produk	0,343	0,05	0,1156	Valid



	keuangan konvensional				
	Saya lebih memilih menggunakan layanan keuangan berbasis syariah dibandingkan konvensional	0,690	0,05	0,1156	Valid
	Saya percaya bahwa sistem keuangan syariah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam	0,608	0,05	0,1156	Valid
<b>Persepsi Kemudahan (X2)</b>	Saya tidak memerlukan banyak waktu untuk mempelajari cara kerja aplikasi LinkAja Syariah	0,747	0,05	0,1156	Valid
	Saya memiliki kendali penuh dalam menggunakan layanan LinkAja syariah kapanpun dibutuhkan	0,654	0,05	0,1156	Valid
	Saya merasa aplikasi LinkAja syariah mudah dipahami meskipun baru pertama kali menggunakannya	0,713	0,05	0,1156	Valid
	Aplikasi LinkAja syariah memberikan kemudahan yang fleksibel dalam bertransaksi di	0,562	0,05	0,1156	Valid

	berbagai tempat dan waktu				
	Saya cukup terampil dalam menggunakan LinkAja Syariah untuk transaksi sehari-hari	0,671	0,05	0,1156	Valid
	Proses transaksi menggunakan LinkAja syariah mudah dan tidak rumit	0,657	0,05	0,1156	Valid
<b>Persepsi Kegunaan (X3)</b>	Penggunaan LinkAja Syariah membantu saya bekerja atau bertransaksi lebih cepat	0,716	0,05	0,1156	Valid
	LinkAja Syariah membuat kinerja saya dalam mengelola transaksi keuangan menjadi lebih baik	0,736	0,05	0,1156	Valid
	Aplikasi LinkAja Syariah membantu saya menjadi lebih produktif dalam aktivitas keuangan sehari-hari	0,677	0,05	0,1156	Valid
	Dengan menggunakan LinkAja Syariah, aktivitas keuangan saya menjadi lebih efektif	0,695	0,05	0,1156	Valid
	Saya merasa LinkAja Syariah memudahkan	0,706	0,05	0,1156	Valid

	pekerjaan saya dan berguna dalam kehidupan sehari-hari				
<b>Fitur Layanan (X4)</b>	Saya merasa mudah dalam mengakses informasi terkait produk dan jasa yang tersedia di LinkAja Syariah	0,680	0,05	0,1156	Valid
	LinkAja Syariah menyediakan berbagai jenis layanan transaksi yang sesuai dengan kebutuhan saya	0,660	0,05	0,1156	Valid
	Fitur-fitur yang ditawarkan oleh LinkAja Syariah sangat beragam dan menarik	0,580	0,05	0,1156	Valid
	Saya menilai fitur-fitur yang ada dalam aplikasi LinkAja Syariah sudah lengkap untuk mendukung aktivitas keuangan saya	0,658	0,05	0,1156	Valid
	Saya melihat LinkAja Syariah terus melakukan inovasi produk untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna	0,646	0,05	0,1156	Valid

<b>Keamanan (X5)</b>	Saya percaya informasi pribadi yang dimiliki terjaga kerahasiannya saat menggunakan LinkAja Syariah	0,679	0,05	0,1156	Valid
	Saya jarang mengalami gangguan akses saat menggunakan LinkAja Syariah karena sistemnya selalu siap digunakan	0,592	0,05	0,1156	Valid
	Saya merasa aman karena aplikasi ini memiliki perlindungan fisik dan digital yang memadai	0,674	0,05	0,1156	Valid
	Proses transaksi di LinkAja Syariah terjamin keamanannya, baik dari segi sistem maupun teknologi yang digunakan	0,733	0,05	0,1156	Valid
<b>Minat Menggunakan (Y)</b>	Saya memiliki niat untuk menggunakan LinkAja Syariah dalam transaksi keuangan sehari-hari	0,656	0,05	0,1156	Valid
	Saya merasa cenderung memilih LinkAja Syariah dibandingkan aplikasi e-money lainnya yang sejenis	0,723	0,05	0,1156	Valid

	Saya memperkirakan akan terus menggunakan LinkAja Syariah di masa mendatang karena merasa nyaman dan aman	0,765	0,05	0,1156	Valid
	Saya memiliki niat kuat untuk tetap menggunakan LinkAja Syariah jika layanannya terus berkembang sesuai kebutuhan saya	0,640	0,05	0,1156	Valid
	Saya bersedia merekomendasikan penggunaan LinkAja Syariah kepada teman atau keluarga yang belum menggunakannya	0,687	0,05	0,1156	Valid

**Sumber:** Data Primer (data diolah, 2025)

Berdasarkan Tabel 2 diatas menunjukkan terdapat 4 variabel yang menjadi bahan penelitian dari keempat variabel yang diteliti memiliki total item pertanyaan sebanyak 29 item. Dari masing-masing item pertanyaan pada setiap variabel baik independen maupun dependen, ternyata memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel maka data yang didapat dilapangan dapat dinyatakan valid.

**b. Uji Reliabilitas**

Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk menilai properti pengukuran suatu kuesioner, yang berfungsi sebagai indikasi untuk variabel atau konsep tertentu. Keandalan kuesioner ditentukan oleh konsistensi atau stabilitas tanggapan individu terhadap asersi sepanjang waktu. Suatu variabel dianggap dapat diandalkan jika menunjukkan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.



**Tabel 3.**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai r	N of Item	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0.719	> 0,60	4	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	0.753	> 0,60	6	Reliabel
Persepsi Kegunaan (X3)	0.748	> 0,60	5	Reliabel
Fitur Layanan (X4)	0.649	> 0,60	5	Reliabel
Keamanan (X5)	0,687	> 0,60	4	Reliabel
Minat Menggunakan (Y)	0,733	> 0,60	5	Reliabel

**Sumber:** Data Primer (data diolah, 2025)

Berdasarkan Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa pada pengujian ini dilakukan secara variabel bukan secara item pertanyaan pada setiap variabel yang dapat dilihat hasilnya adalah nilai cronbach's alpha lebih besar daripada 0,60 maka dapat dikatakan reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

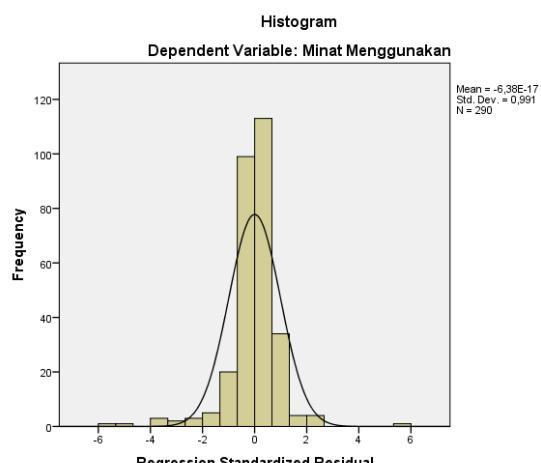
### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah variabel perancu atau residual dalam model regresi berdistribusi normal (Ghozali, 2016:154). Ada dua metode berbeda untuk memastikan normalitas residual, yaitu analisis grafik dan uji statistik. Uji grafik dapat digunakan untuk tujuan pengujian dengan memeriksa grafik plot probabilitas, yang

memerlukan analisis distribusi titik data di sepanjang sumbu diagonal grafik. Jika data menunjukkan dispersi sepanjang garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Selain menggunakan *probability plot*, pengujian menggunakan grafik histogram dengan melihat grafik yang menghasilkan lengkungan seperti lonceng. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal (Ghozali, 2018). Metode uji normalitas yang dapat digunakan selain grafik probability plot dan histogram, untuk menguji normalitas residual dapat menggunakan kolmogorov-Sminov (KS). Hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

**Gambar 1.**  
**Hasil Uji Normalitas Analisis Grafik (Histogram)**

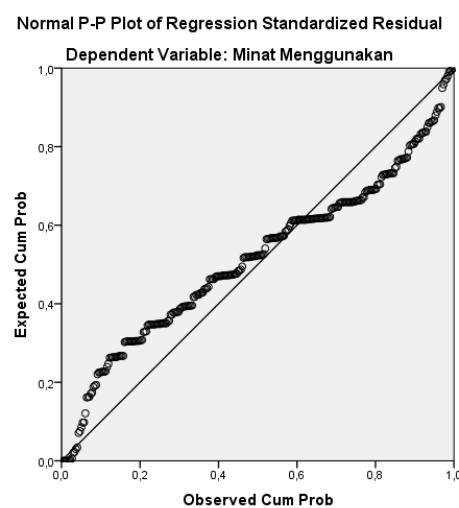


**Sumber:** Data Primer (data diolah, 2025)

Berdasarkan gambar 1 di atas, terlihat bahwa pola berdistribusi normal, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Distribusi normal pada histogram uji normalitas tampak pada data yang menyebar ke seluruh daerah normal. Daerah yang dikatakan normal ialah jika histogram *Standardize Regresion Residual* membentuk kurva seperti lonceng. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal dan data pada penelitian ini telah memenuhi syarat uji asumsi klasik dalam hal ini adalah uji normalitas data. Metode lain yang digunakan dalam analisis grafik adalah dengan melihat grafik *Probability Plot* yaitu melihat penyebaran data (titik) pada

sumbu diagonal pada sebuah grafik seperti yang ditunjukkan pada gambar 2 berikut ini:

**Gambar 2.**  
**Hasil Uji Normalitas Analisis Grafik (*Probability Plot*)**



**Sumber:** Data Primer (data diolah, 2025)

Dari gambar di atas, dapat dilihat pada grafik normal P-plot ada titik yang tertusuk garis dan mengikuti arah garis diagonal (mengikuti pada wilayah arah garis linier). Hal ini menunjukkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi secara normal dan dapat dilanjutkan pada pengujian selanjutnya.

**Tabel 4.**  
**Hasil Uji Normalitas *Kolmogorof-Smirnov***

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		290
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,23660058
Most Extreme Differences	Absolute	,142
	Positive	,114
	Negative	-,142
Test Statistic		,142
Asymp. Sig. (2-tailed)		,080 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Sumber:** Data Primer (data diolah, 2025)

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada Asym.sig sebesar 0,080 yang dapat dikatakan nilai asym.sig  $0,080 > 0,05$  maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) dengan cara melihat dengan cara melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Multikolinieritas tidak terjadi bila nilai VIF  $< 10$  dan nilai *Tolerance*  $> 0.10$  (Ghozali, 2016:154). Setelah dilakukan pengolahan data, dihasilkan *output* sebagai berikut:



**Tabel 5.**  
**Uji Multikolinearitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.			
	B	Std. Error	Beta		Tolerance	VIF		
1 (Constant)	-3,229	1,148		-2,813	,005			
Literasi Keuangan Syariah	,296	,069	,157	4,279	,000	,733	1,365	
Persepsi Kemudahan	,149	,052	,169	2,870	,004	,284	3,516	
Persepsi Kegunaan	,160	,056	,160	2,831	,005	,308	3,242	
Fitur Layanan	,553	,072	,476	7,638	,000	,256	3,912	
Keamanan	,007	,078	,005	,088	,930	,326	3,071	

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

**Sumber:** Data Primer (data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 5 uji multikolinearitas di atas dapat dilihat bahwa VIF variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) sebesar 1.365 dan nilai tolerance sebesar 0.733, variabel Persepsi Kemudahan (X2) nilai VIF sebesar 3,516 dan nilai tolerance sebesar 0.284, variabel Persepsi Kegunaan (X3) nilai VIF sebesar 3,242 dan nilai tolerance sebesar 0,308, variabel Fitur Layanan (X4) nilai VIF sebesar 3,912 dan nilai tolerance sebesar 0,256 dan variabel Keamanan (X5) nilai VIF sebesar 3,071 dan nilai tolerance sebesar 0.326. Dari hasil di atas dapat digambarkan dengan ketentuan besaran nilai indikasi tidak terjadi multikoliniearitas yaitu VIF < 10, dan tolerance > 0.10, artinya adanya hubungan yang kuat antar sesama variabel bebas atau korelasi yang kuat antar variabel bebas karena uji multikolinearitas merupakan sebuah situasi yang menunjukkan adanya korelasi atau hubungan kuat antar antara dua variabel bebas atau lebih dalam sebuah regresi berganda, dengan demikian dalam penelitian ini perlunya dilakukan uji multikolinieritas karena memiliki lebih dari satu variabel bebas yang harus diteliti dan hasilnya menunjukkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini telah terbebas dari multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu bila nilai signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0.05, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen). Setelah dilakukan pengolahan data, maka dihasilkan output sebagai berikut:

**Tabel 6.**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	6,865	,786		8,735	,000
Literasi Keuangan Syariah	-,121	,047	-,156	-2,551	,061
Persepsi Kemudahan	-,058	,036	-,159	-1,618	,107
Persepsi Kegunaan	-,046	,039	-,112	-1,189	,235
Fitur Layanan	,014	,050	,028	,275	,784
Keamanan	-,096	,054	-,164	-1,794	,074

a. Dependent Variable: ABS\_RES

**Sumber:** Data Primer (data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 6 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi atau Signifikan variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) sebesar 0.061, variabel Persepsi Kemudahan (X2) sebesar 0.107, variabel Persepsi Kegunaan (X3) sebesar 0.235, variabel Fitur Layanan (X4) sebesar 0,784 dan variabel Keamanan (X5) sebesar 0.074. Karena nilai kelima variabel independen lebih besar dari nilai 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau tidak terjadi heterokedastisitas artinya varian dari residual homogen atau data variabel independen dalam penelitian ini bervariasi, maka dapat dikatakan uji heterokedastisitas terpenuhi.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya adalah konstan. Pada penelitian ini, kriteria pengambilan keputusan berdasarkan pada t hitung dan tingkat signifikansi level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) yaitu apabila nilai t hitung  $>$  t tabel dan nilai sig.  $<$  0,05 artinya variabel bebas secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat sedangkan apabila nilai t hitung  $<$  t tabel dan nilai sig.  $>$  0,05 mengindikasikan bahwa variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Pada signifikansi 0,05 (5%) berikut hasil uji t-statistik yang dilakukan dengan program IBM SPSS.

**Tabel 7.**  
**Uji Signifikansi Parsial (Uji T)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1	(Constant)	-3,229	1,148		,005
	Literasi Keuangan Syariah	,296	,069	,157	,000
	Persepsi Kemudahan	,149	,052	,169	,004
	Persepsi Kegunaan	,160	,056	,160	,005
	Fitur Layanan	,553	,072	,476	,000
	Keamanan	,007	,078	,005	,930

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

**Sumber:** Data Primer (data diolah, 2025)

Tabel 7 merupakan *output* dari pengujian variabel independen yaitu literasi keuangan syariah, persepsi keamanan, persepsi kegunaan, fitur layanan, dan keamanan. Berikut interpretasi secara parsial (uji t):

- 1) Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan  
Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah ( $X_1$ ) memiliki nilai t hitung  $>$  dari t tabel ( $4,279 > 1,9684$ ) dan

nilai sig.  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Dimana ketika seseorang memiliki literasi keuangan syariah yang baik, maka tingkat minat menggunakan akan meningkat. Sehingga dapat dikatakan bahwa naik atau turunnya minat menggunakan dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah.

2) Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan ( $X_2$ ) memiliki nilai t hitung  $>$  dari t tabel ( $2,870 > 1,9684$ ) dan nilai sig.  $< 0,05$  ( $0,004 < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Dimana ketika seseorang merasakan kemudahan yang diberikan pada suatu aplikasi, maka tingkat minat menggunakan akan meningkat. Sehingga dapat dikatakan bahwa naik atau turunnya minat menggunakan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan.

3) Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Menggunakan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan ( $X_3$ ) memiliki nilai t hitung  $>$  dari t tabel ( $2,831 > 1,9684$ ) dan nilai sig.  $< 0,05$  ( $0,005 < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Dimana ketika seseorang merasakan aplikasi yang dipakai berguna, maka tingkat minat menggunakan akan meningkat. Sehingga dapat dikatakan bahwa naik atau turunnya minat menggunakan dipengaruhi oleh persepsi kegunaan.

4) Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa fitur layanan ( $X_4$ ) memiliki nilai t hitung  $>$  dari t tabel ( $7,638 > 1,9684$ ) dan nilai sig.  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Dimana ketika seseorang melihat beragam macam fitur layanan pada aplikasi, maka tingkat minat menggunakan akan meningkat. Sehingga dapat dikatakan bahwa naik atau turunnya minat menggunakan dipengaruhi oleh fitur layanan.

5) Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Menggunakan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa keamanan ( $X_5$ ) memiliki nilai t hitung  $<$  dari t tabel ( $0,088 < 1,9684$ ) dan nilai sig.  $> 0,05$  ( $0,930 > 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh



terhadap minat menggunakan. Sehingga dapat dikatakan bahwa naik atau turunnya minat menggunakan tidak dipengaruhi oleh keamanan.

### b. Uji Signifikansi Simultan

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat. Pedoman yang digunakan dalam pengambilan kesimpulan uji F yaitu jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai  $sig. < 0,05$  maka hasil pengujian memiliki arti bahwa secara simultan ditemukan pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen, berlaku sebaliknya.

**Tabel 8.**  
**Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	1127,587	5	225,517	144,924
	Residual	441,933	284	1,556	
	Total	1569,521	289		

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Keamanan, Literasi Keuangan Syariah, Fitur Layanan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan

### Sumber: Data Primer (data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 8 di atas, diperoleh hasil F-statistik atau  $F_{hitung}$  sebesar 144,924 dengan nilai  $sig.$  sebesar 0,000. Nilai  $sig.$  tersebut lebih kecil dari 0,05. Selain itu dengan  $n = 290$  dan  $k = 6$ , nilai  $F_{tabel}$  diperoleh sebesar 2,25 dengan  $df_1 = 5$  dan  $df_2 = 284$  dengan nilai  $tabel$  kritis 5%. Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $144,924 > 2,25$ ) dan nilai  $sig. < 0,05$  ( $0,00 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, fitur layanan dan keamanan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan.

### 4. Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ditujukan untuk menilai seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Pada penelitian ini, koefisien yang digunakan adalah koefisien determinasi yang telah disesuaikan atau *Adjusted R<sup>2</sup>*. Hal ini dikarenakan *Adjusted R<sup>2</sup>* merupakan

koefisien yang telah dikoreksi sehingga dapat memungkinkan data naik atau turun seiring penambahan variabel baru dalam model.

**Tabel 9.**  
**Uji Koefisien Determinasi (Uji  $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,848 <sup>a</sup>	,718	,713	1,24744

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Literasi Keuangan Syariah, Fitur Layanan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

**Sumber:** Data Primer (data diolah, 2025)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi sebagaimana yang tertera dalam tabel, diketahui bahwa nilai adjusted R-squared sebesar 0,713. Hal ini menunjukkan bahwa variasi variabel terikat yaitu minat menggunakan dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, fitur layanan dan keamanan sebesar 71,3% sedangkan sisanya 28,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari variabel yang diteliti.

#### 4.2. Pembahasan

##### 1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan juga nilai t hitung  $4,279 > t$  tabel yaitu 1,9684 maka dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan syariah berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan sehingga hipotesis (H1) dapat diterima.

Literasi keuangan syariah merujuk pada kemampuan seseorang dalam mengaplikasikan pengetahuan keuangan, sikap, dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Pada dasarnya, literasi keuangan syariah mencerminkan pemahaman, pengetahuan, dan kemampuan kognitif individu untuk membuat keputusan yang tepat, mengenali, dan menerapkan konsep-



konsep yang relevan dalam konteks keuangan dan finansial (Oktaviani & Sa'diyah, 2024).

Literasi keuangan syariah mampu dimaknai sebagai ilmu, pengertian serta keahlian yang berdampak pada aksi individu. Semakin tinggi literasi keuangan syariah seseorang maka dapat mendorong seseorang untuk lebih percaya diri dan tertarik menggunakan produk keuangan digital yang sesuai syariah, termasuk e-money. Literasi ini mencakup pemahaman atas aspek-aspek halal-haram dalam transaksi, keamanan dana, serta kemanfaatan dalam mendukung aktivitas ekonomi sehari-hari tanpa melanggar prinsip Islam. Hal ini akan membentuk trust (kepercayaan) terhadap layanan keuangan syariah digital (Wijayanti & Ompusunggu, 2024).

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani & Sa'diyah (2024), dan Sa'diyah et al. (2025), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Namun hasil penelitian ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al. (2023), menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

## 2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t dengan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$  dan juga nilai t hitung  $2,870 > t$  tabel yaitu  $1,9684$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan sehingga hipotesis (H2) dapat diterima.

Persepsi kemudahan merupakan sejauh mana seseorang percaya dan meyakini apabila menggunakan teknologi akan terbebas dari usaha (Umaningsih & Wardani, 2020). Persepsi kemudahan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya menggunakan suatu teknologi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar saat digunakan (Kurnianingsih & Maharani, 2020).

Jika seseorang meyakini bahwa teknologi dapat digunakan maka ia akan menggunakannya (Nadia & Wiryawan, 2022). Kemudahan merupakan salah satu faktor pertimbangan dalam melakukan penggunaan teknologi, karena kemudahan merupakan hal yang diinginkan setiap orang



dalam mencapai tujuannya secara mudah dan lancar (Nizar & Yusuf, 2022).

Semakin banyak perusahaan meningkatkan kemudahan penggunaan dalam sistemnya, maka konsumen akan semakin setia untuk menggunakan sistem tersebut karena konsumen tidak memiliki masalah dalam mengaksesnya. Hal ini sejalan dengan teori technology acceptance model yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat merupakan struktur yang paling signifikan dan penting yang memengaruhi sikap, minat, dan perilaku di dalam menggunakan teknologi dibandingkan dengan konstruk yang lain (Iffat & Laksmi, 2023).

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Atriani et al. (2020), Rodiah & Melati (2020), dan Khoiriyah et al. (2023), menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Namun hasil penelitian ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Anjasari & Pamikatsih (2023), menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

### **3. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Menggunakan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t dengan nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$  dan juga nilai t hitung  $2,831 > t$  tabel yaitu  $1,9684$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan sehingga hipotesis (H3) dapat diterima.

Persepsi kegunaan diartikan sebagai suatu ukuran mengenai penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Persepsi terhadap kegunaan sebagai kemampuan subjektif pengguna di masa yang akan datang di mana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi (Wiratama & Sulindawati (2022).

Ketika seseorang berasumsi bahwa suatu teknologi berguna bagi dirinya, maka hal tersebut akan mempengaruhi minatnya dalam menggunakan layanan tersebut. Semakin tinggi asumsi seseorang maka semakin besar pula minatnya dalam menggunakan e-money begitu pula sebaliknya jika seseorang berasumsi bahwa teknologi kurang berguna maka akan mengurangi minatnya (Sulmi et al., 2021).



Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rozi & Ziyad (2019), Kurniawan & Subhi (2021), dan Mahmudah (2021), menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Namun penelitian ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami & Kusumawati (2017), menunjukkan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

#### **4. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persamaan regresi pengaruh variabel fitur layanan terhadap minat menggunakan memiliki nilai 0,553. Selain itu, jika dilihat berdasarkan hasil uji t dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan juga nilai t hitung  $7,638 > t$  tabel yaitu 1,9684 maka dapat disimpulkan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan sehingga hipotesis (H4) dapat diterima.

Fitur adalah ciri khas produk yang dijadikan sebagai pelengkap dari fungsi produk tersebut (Artina, 2021). Fitur layanan merupakan salah satu sarana pendukung dari suatu aplikasi e-money. Fitur layanan adalah suatu sarana untuk membedakan produk satu dengan produk yang lainnya. Dengan adanya suatu fitur layanan yang disediakan oleh aplikasi e-money maka seseorang dapat memilih aplikasi e-money yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Fitur layanan merupakan salah satu faktor dari pesaing yang akan memberikan kepercayaan kepada individu (Desita & Dewi, 2022). Semakin baik fitur layanan pada aplikasi maka semakin tinggi pula minat menggunakan e-money dan sebaliknya. Jika fitur layanan menurun maka minat menggunakan juga ikut menurun (Endriyanto & Indrarini, 2022).

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Puspita & Solikhah (2022), Oktaviana et al. (2023), Mustofan & Kurniawati (2024), dan Wirawan & Dewi (2024), menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Namun hasil penelitian ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Umaningsih & Wardani (2018), yang menunjukkan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

#### **5. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Menggunakan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t dengan nilai signifikansi  $0,930 > 0,05$  dan juga nilai t hitung  $0,088 < t$  tabel yaitu 1,9684 maka dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh



terhadap minat menggunakan. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan sehingga hipotesis (H5) ditolak.

Keamanan adalah bagaimana kita mencegah penipuan atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah berbasis informasi (Zahara et al., 2021). Keamanan merupakan kepercayaan konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak dapat dilihat oleh pihak lain kecuali dirinya sendiri, karena informasi mereka sudah disimpan dan tidak dapat dimanipulasi oleh pihak lain. Sehingga mereka dapat memiliki kepercayaan untuk menggunakan teknologi yang sudah terjamin tingkat keamanannya (Sumadi et al., 2022).

Banyak pengguna sudah menganggap bahwa e-money yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan resmi atau penyedia teknologi besar sudah memenuhi standar keamanan yang memadai. Persepsi ini membuat mereka tidak lagi menjadikan aspek keamanan sebagai pertimbangan utama dalam memutuskan untuk menggunakan e-money. Disisi lain banyak pengguna tidak benar-benar memahami atau tidak menyadari risiko keamanan digital secara mendalam. Dengan demikian, mereka tidak secara aktif mempertimbangkan aspek ini dalam keputusan penggunaan e-money (Wahyu & Sari, 2024).

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu & Sari (2024), yang menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan. Namun penelitian ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami & Kusumawati (2017), dan Susanti & Febriyantoro (2021), menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel literasi keuangan syariah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-money pada generasi Z Kota Serang. Artinya bahwa semakin tinggi literasi keuangan syariah seseorang, maka akan semakin meningkatkan minat menggunakan e-money.
2. Variabel persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-money pada generasi Z Kota Serang. Artinya bahwa dengan adanya persepsi kemudahan yang ditawarkan oleh suatu e-money, maka akan semakin meningkatkan minat menggunakan e-money.



3. Variabel persepsi kegunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* pada generasi Z Kota Serang. Artinya bahwa dengan adanya persepsi kegunaan yang ditawarkan oleh suatu *e-money*, maka akan semakin meningkatkan minat menggunakan *e-money*.
4. Variabel fitur layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* pada generasi Z Kota Serang. Artinya bahwa semakin banyaknya fitur yang ditawarkan oleh suatu *e-money*, maka akan semakin meningkatkan minat menggunakan *e-money*.
5. Variabel keamanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* pada generasi Z Kota Serang. Artinya bahwa dengan adanya keamanan yang ditawarkan oleh suatu *e-money*, tidak akan mendorong minat seseorang menggunakan *e-money*.
6. Variabel literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, fitur layanan dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* pada generasi Z Kota Serang. Hal tersebut menggambarkan bahwa keputusan generasi Z dalam menggunakan *e-money* bukan hanya dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil dari kombinasi beberapa aspek yang saling melengkapi. Literasi keuangan syariah yang baik mendorong kesadaran untuk memilih instrumen keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, sedangkan persepsi terhadap kemudahan dan kegunaan menjadi daya tarik utama dari sisi fungsionalitas teknologi. Fitur layanan yang lengkap serta keamanan sistem yang dianggap memadai turut memperkuat keyakinan mereka dalam menggunakan *e-money*. Oleh karena itu, pemahaman holistik dan pengalaman pengguna yang positif menjadi kunci utama dalam meningkatkan adopsi *e-money* di kalangan generasi muda yang religius dan melek teknologi seperti generasi Z di Kota Serang.

## 6. Daftar Pustaka

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Anjasari, P. A., & Pamikatsih, T. R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Shopeepay Pada Masyarakat di Kota Surakarta. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(8), 3293-3303.
- Artina, N. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan fitur layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan e-

- money di Kota Palembang. In *Forbiswira Forum Bisnis Dan Kewirausahaan* (Vol. 11, No. 1, pp. 120-131).
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1), 54-61.
- Ayuningrum, F., & Sadiyah, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Dana Sebagai Alat Transaksi. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 4(2), 65–76.  
<Https://Doi.Org/10.59729/Alfatih.V4i2.52>
- Ayuningrum, F., & Sadiyah, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Dana Sebagai Alat Transaksi. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 4(2), 65–76.  
<Https://Doi.Org/10.59729/Alfatih.V4i2.52>
- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompet Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(1), 115-124.
- Endriyanto, R., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh promosi dan fitur layanan terhadap minat menggunakan e-wallet Linkaja (Studi kasus di Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 67-80.
- Guide, S. K. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Online Di Marketplace*. 18(2), 1–2.
- Khairin, F. N., Erawan, D. A. S., & Setiawaty, A. (2023). Edukasi Penggunaan E-Money Dan E-Wallet Sebagai Alat Pembayaran Nontunai Pada Era Digital. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 386–392.  
<Https://Doi.Org/10.35311/Jmpm.V4i2.277>
- Khoiriyah, S. U., Zulkarnnaeni, A. S., & Halim, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Menggunakan



- Financial Technology pada Aplikasi Dana. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)*, 9(1), 70-79.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah.
- Kurniawan, A. A., & Subhi, F. A. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Menggunakan, dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Menggunakan Go Payment. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 20(2), 144-153.
- Lestari, W., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Seabank)(Studi pada Masyarakat Karawang Timur). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 12(04), 1140-1154.
- Mahmudah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah Bri Kc Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2), 419-441.
- Maulana, A. (2021). Mengenal Pemikiran Ekonomi Islam Abad 18-19(Muhammad Iqbal, Monzer Kahf, M. Umer Chapra). *Jpekbm (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis, Dan Manajemen)*, 5(1), 96–111.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 200–209. [Https://Doi.Org/10.31294/Jeco.V4i2.7934](https://Doi.Org/10.31294/Jeco.V4i2.7934)
- Mustofan, F. J., & Kurniawati, L. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana. *YUME: Journal of Management*, 7(1), 856-868.



- Nadia, G., & Wiryawan, D. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Studi Pada Pengguna ShopeePay di Bandar Lampung). *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2), 173-186.
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompet Digital LinkAja. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 928-933.
- Oktaviana, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan fitur layanan terhadap minat menggunakan shopeepay di kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2806-2822.
- Oktaviani, K. I., & Sa'diyah, M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Social Influence, Kemudahan, Dan Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Shopeepay. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol*, 3(02).
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 151–158. <Https://Doi.Org/10.34001/Jdeb.V17i2.1340>
- Puspita, E., & Solikah, M. A. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-money pada Generasi Milenial. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 21(1), 29-41.
- Raden Vina Iskandy Putri1, T. A. R. (2023). “Бсп За България” Е Под Номер 1 В Бюлетината За Вота, Герб - С Номер 2, Пп-Дб - С Номер 12. *Peran Kepuasan Nasabah Dalam Memediasi Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah*, 2(3),
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66-80.



- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirusahaan*, 3(2), 92-102.
- Sa'diyah, M., Anwar, A. Z., Mufawazah, N., & Wahyuni, I. T. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kemanfaatan, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Money Shopeepay. *Iltizam: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(2), 1-14.
- Sulmi, A. A. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, M. (2021). Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat menggunakan layanan Mobile Banking (studi empiris pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam uin alauddin makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1(2).
- Sumadi, S., Romdhoni, A. H., & Fatakhurohim, F. (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(2), 2195-2201.
- Susanti, V. R., & Febriyantoro, M. T. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan daya tarik promosi terhadap keputusan penggunaan e-money pada era cashless society. *Fortunate Business Review*, 1(2), 1-8.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, fitur layanan, dan keamanan terhadap niat menggunakan e-money. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 5(3), 113-119.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, fitur layanan, dan keamanan terhadap niat menggunakan e-money. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 5(3), 113-119.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-money (Studi pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(02).



- Wahyu Prastiwi Umaningsih, & Dewi Kusuma Wardani. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 21, 113–119. <Https://Doi.Org/10.29407/Jae.V5i3.14057>
- Wahyu, W. D., & Sari, D. U. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dana Pada Masyarakat Sungai Betung. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 5784-5798.
- Widyasanti, I. A. H., & Suarmanayasa, I. N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2), 145–154. <Https://Doi.Org/10.23887/Bjm.V9i2.64250>
- Wijayanti, K. L., & Ompusunggu, H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Dan Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam. *eCo-Buss*, 6(3), 1235-1249.
- Wiratama, K., & Sulindawati, N. L. G. E. (2022). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, pengetahuan akuntansi dan kompatibilitas terhadap minat umkm dalam menggunakan aplikasi si apik. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 13(01), 58-69.
- Wirawan, I. W., & Dewi, I. G. A. R. P. (2024). Determinan Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Akademi Pariwisata Denpasar. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 23(2), 195-205.
- Zahara, R., & Nasution, A. W. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Money Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Medan. *Majalah Iptek Politeknik Negeri Medan Polimedia*, 24(1), 39-54.

