

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI RISIKO,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
LINKAJA SYARIAH DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA GENERASI Z DI
KABUPATEN PEMALANG**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Ekonomi (M.E)



Oleh :

HATMA AURA RAHMAH
NIM. 50424011

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH. ABDURRAHMAN WAHID
PEKALONGAN
2026**

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI RISIKO,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
LINKAJA SYARIAH DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA GENERASI Z DI
KABUPATEN PEMALANG**

TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Magister
Ekonomi (M.E)



Oleh

HATMA AURA RAHMAH

NIM. 50424011

Pembimbing :

Dr. TAMAMUDIN, M.M

NIP. 19791030 200604 1 018

Dr. AGUS FAKHRINA, M.S.I

NIP. 19770123 200312 1 001

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH. ABDURRAHMAN WAHID
PEKALONGAN
2026**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik magister, baik di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Pekalongan, 30 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular revenue stamp. The stamp is yellow and red, with the number '10000' and the words 'METERAI TEMPEL' visible. Below the stamp, the text 'B00B2AOX043178314' is printed.

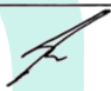
Hatma Aura Rahmah

NIM. 50424011

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Hatma Aura Rahmah
NIM : 50424011
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Judul Tesis : PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *LINKAJA SYARIAH* DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GENERASI Z DI KABUPATEN PEMALANG

Tesis ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian Tesis program Magister.

Jabatan	Nama	Tanda tangan	Tanggal
Pembimbing 1	Dr. Tamamudin, M.M. 19791030 200604 1 018		29/6/26
Pembimbing 2	Dr. Agus Fakhрина, M.S.I. 19770123 200312 1 001		24/6/26

Pekalongan, 01 Juli 2026

Mengetahui:

a.n. Direktur

Ketua Program Studi

Magister Ekonomi Syariah



Dr. Ali Muhtarom, M.H.I

NIP. 19850405 201903 10 07



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PASCASARJANA**

Jalan Kusuma Bangsa Nomor 9 Pekalongan Kode Pos 51141 Telp. (0285) 412575
www.pps.uingusdur.ac.id email: pps@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Tesis dengan Judul "PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *LINKAJA SYARIAH* DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GENERASI Z DI KABUPATEN PEMALANG" yang disusun oleh:

Nama : Hatma Aura Rahmah
NIM : 50424011
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Telah dipertahankan dalam Sidang Ujian Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan pada tanggal 9 Juli 2026.

Jabatan	Nama	Tanda tangan	Tanggal
Ketua Sidang	Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag 19710115 199803 1 005		19/7/2026
Sekretaris Sidang	Dr. H. Hasan Su'aidi, M.S.I 19760520 200501 1 006		14/7/2026
Penguji Utama	Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag 19750211 199803 2 001		14/7/2026
Penguji Anggota	Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M. 19820527 201101 1 005		13/7/2026



Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag
NIP. 19710115 199803 1 005

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif		
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	s (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha'	Ha	Ha
ء	hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh : نزل = *nazzala*

بهن = *bihinna*

III. Vokal Pendek

Fathah (o`_) ditulis a, *kasrah* (o_) ditulis I, dan *dammah* (o _) ditulis u.

IV. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) di atasnya.

Contoh :

1. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.
2. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti تفصيل: , ditulis *tafsil*.
3. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول ,ditulis *usul*.

V. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*
2. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

VI. Ta' Marbuthah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.
2. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية ditulis *bidayah al-hidayah*.

VII. Hamzah

1. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.
2. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof,(,) seperti شئى ditulis *syai,un*.
3. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti ربائب ditulis *raba'ib*.
4. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambing apostrof (,) seperti تاخذون ditulis *ta'khuzuna*.

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti البقرة ditulis *al-Baqarah*.
2. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti denganhuruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النساء ditulis *an-Nisa'*.

IX. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti : ذوي الفرود ditulis *zawi al-furud* atau أهل السنة ditulis *ahlu as-sunnah*.

MOTTO

QS. An-Nisa [4]: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu."
(QS. An-Nisa [4]: 29)

PERSEMBAHAN

Tesis ini ananda pesembahkan teruntuk,,,,,

1. Untuk abah dan ibuku yang selalu membimbing, memberiku kasih sayang, dukungan, baik materi maupun non materi, serta do'a tulus yang tiada henti dan takkan pernah padam sepanjang masa serta telah mengantarkan pada kondisi saat ini, semua itu akan terukir indah dalam relung hati ananda yang paling dalam
2. Adik-adiku Hilda, Najwa, Syafiq dan Difa yang ku sayangi yang selalu membantuku. Semoga menjadi inspirasi untuk terus belajar, bermimpi dan meraih cita-cita setinggi mungkin.
3. Seseorang yang selalu menemani dalam suka dan duka, menjadi tempat berbagi cerita dan curahan hati, serta memberikan doa serta dukungannya selama ini.
4. Teman-teman seperjuangan Magister Ekonomi Syariah 2024 yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini, atas kebersamaan, kekeluargaan, semangat, dukungan dan pengalaman berharga yang telah dilalui bersama.
5. Keluarga besar Pengelola Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikanku banyak pengalaman dan menunjukkan arti hidup yang sebenarnya

6. Semua Sahabat-Sahabatku yang tidak mungkin aku sebutin satu persatu yang telah memberikan banyak dukungan dan bantuan dalam segala hal.
7. Bapak Ibu Dosen Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu kepada ananda. Semoga ilmu yang engkau berikan bermanfaat di dunia dan di akhirat. Amin...
8. Almamaterku Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah menaungiku dalam mengarungi samudra ilmu yang maha luas



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur Alhamdulillah terpanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah dan senantiasa melimpahkan rahmat, inayah dan hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat teriring salam semoga senantiasa dan selalu terlimpahcurahkan kepada Junjungan Agung Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, tabi'in, tabi'it tabi'in dan para pengikut setia beliau hingga akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan judul ***“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan LinkAja Syariah dengan Religiositas sebagai Variabel Intervening pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang”*** sebagai syarat untuk mendapat gelar Magister Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zarenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Direktur Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Ali Muhtarom, M.H.I selaku ketua Program Studi Magsiter Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan..
4. Bapak Dr. Tamamudin, M.M. selaku Pembimbing I yang dengan penuh dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan, dan buah pikirannya dalam tesis ini.
5. Bapak Dr. Agus Fakhрина, M.S.I selaku Pembimbing II yang dengan penuh dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dan arahannya dalam tesis ini.
6. Segenap Dosen dan Staf Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
7. Orang tua, Adik-adik, dan Keluarga yang selalu mendoakan, dan atas segala kasih sayangnya.

8. Semua pihak yang telah membantu terwujudnya Tesis ini.

Kiranya tiada ungkapan yang paling indah yang dapat penulis haturkan selain iringan do'a Jazakumullahu Khoirol Jaza', semoga bantuan dukungan yang telah di berikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Amin.

Penulis menyadari tiada gading yang tak retak, begitupun kiranya Tesis ini masih jauh dari sempurna, sumbang pikir dan koreksi sangat bermanfaat dalam menyempurnakan Tesis ini.

Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Wass alamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 28 Juni 2026

Penulis,



Hatma Aura Rahmah

NIM. 50424011

ABSTRAK

Hatma Aura Rahmah, NIM. 50424011. 2026. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan LinkAja Syariah dengan Religiositas sebagai Variabel Intervening pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang. Tesis Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: (1) Dr. Tamamudin, M.M. (2) Dr. Agus Fakhрина, M.S.I.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Religiositas, Minat Penggunaan, LinkAja Syariah, Generasi Z

Perkembangan teknologi keuangan digital telah mendorong penggunaan dompet digital (*e-wallet*) sebagai instrumen pembayaran yang semakin terintegrasi dalam aktivitas masyarakat. Namun, tingkat adopsi *LinkAja Syariah* masih relatif rendah dibandingkan *e-wallet* konvensional, meskipun menawarkan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-wallet*, sementara kajian yang menempatkan religiositas sebagai mekanisme mediasi dalam konteks *e-wallet* syariah masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* dengan religiositas sebagai variabel intervening pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengembangan model yang mengintegrasikan faktor penerimaan teknologi dan nilai religius dalam menjelaskan pembentukan minat penggunaan *e-wallet* syariah pada Generasi Z di wilayah nonmetropolitan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah Generasi Z di Kabupaten Pemalang yang belum pernah menggunakan *LinkAja Syariah*, tetapi telah menggunakan layanan *e-wallet* lainnya. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, kemudian dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antarvariabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah*, sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan. Persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiositas, sementara religiositas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah*. Selain itu, religiositas mampu memediasi pengaruh persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap minat penggunaan, tetapi tidak memediasi pengaruh persepsi risiko. Temuan ini memperluas kajian *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menunjukkan bahwa religiositas berfungsi sebagai mekanisme yang memperkuat pengaruh manfaat dan kepercayaan terhadap minat penggunaan layanan keuangan digital berbasis syariah. Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bagi penyedia *fintech* syariah untuk meningkatkan adopsi layanan melalui penguatan

manfaat fungsional, pembangunan kepercayaan, dan penyelarasan fitur dengan nilai-nilai syariah. Penelitian ini terbatas pada Generasi Z di Kabupaten Pematang Jaya dan hanya menguji tiga jenis variabel, sehingga penelitian selanjutnya disarankan memperluas wilayah penelitian serta mengintegrasikan variabel lain, seperti literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, dan kualitas layanan agar diperoleh model yang lebih komprehensif.



ABSTRACT

Hatma Aura Rahmah, NIM. 50424011. 2026. The Influence of Perceived Benefits, Perceived Risks, and Trust on Interest in Using LinkAja Syariah with Religiosity as an Intervening Variable on Generation Z in Pemalang Regency. Thesis Master of study Program Islamic Economics, Post-Graduate Program Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Counselor: (1) Dr. Tamamudin, M.M. (2) Dr. Agus Fakhрина, M.S.I.

Keywords: Perceived Benefits, Perceived Risks, Trust, Religiosity, Interest in Use, LinkAja Syariah, Generation Z

The development of digital financial technology has encouraged the use of digital wallets (*e-wallets*) as a payment instrument increasingly integrated into people's activities. However, the adoption rate of LinkAja Syariah remains relatively low compared to conventional *e-wallets*, despite offering services that comply with Sharia principles. Previous research has shown inconsistent results regarding the influence of perceived benefits, perceived risks, and trust on *e-wallet* usage intentions, while studies that consider religiosity as a mediating mechanism in the context of Sharia *e-wallets* are limited. Therefore, this study aims to analyze the influence of perceived benefits, perceived risks, and trust on LinkAja Syariah usage intentions, with religiosity as an intervening variable among Generation Z in Pemalang Regency. The novelty of this research lies in the development of a model that integrates technology acceptance and religious values to explain the formation of Sharia *e-wallet* usage intentions among Generation Z in non-metropolitan areas.

This study used a quantitative approach with a survey method. The study population was Generation Z in Pemalang Regency who had never used LinkAja Syariah but had used other *e-wallet* services. Data was collected by distributing questionnaires to respondents who met the research criteria. Data were then analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) to test direct and indirect relationships between variables.

The results showed that perceived benefits and trust had a positive and significant effect on intention to use LinkAja Syariah, while perceived risk had no significant effect. Perceived benefits, perceived risk, and trust were shown to have a positive and significant effect on religiosity, while religiosity also had a positive and significant effect on intention to use LinkAja Syariah. Furthermore, religiosity mediated the influence of perceived benefits and trust on intention to use, but not the influence of perceived risk. These findings extend the Technology Acceptance Model (TAM) study by demonstrating that religiosity functions as a mechanism that strengthens the influence of benefits and trust on intention to use Sharia-compliant digital financial services. Practically, the results of this study provide implications for Sharia-compliant fintech providers to increase service adoption by strengthening functional benefits, building trust, and aligning features with Sharia values. This study is limited to Generation Z in Pemalang Regency and only tests three types of variables, so further research is recommended to expand the research area and integrate other variables, such as Islamic financial literacy, perceived ease of use, social influence, and service quality to obtain a more comprehensive model.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Pembatasan Masalah:	14
1.4 Rumusan Masalah.....	16
1.5 Tujuan Penelitian.....	17
1.6 Manfaat Penelitian.....	18
1.7 Sistematika Pembahasan.....	21
BAB II LANDASAN TEORI	24
2.1. Deskripsi Teoritik.....	24
2.1.1 Grand theory	24
2.1.2 Teori Pendukung.....	27
2.1.3 <i>E-wallet</i>	31
2.1.4 <i>LinkAja Syariah</i>	35
2.1.5 Generasi Z	39
2.1.6 Persepsi Manfaat (<i>Perseived Usefulness</i>)	41
2.1.7 Persepsi Risiko (<i>Perseived Risk</i>)	46

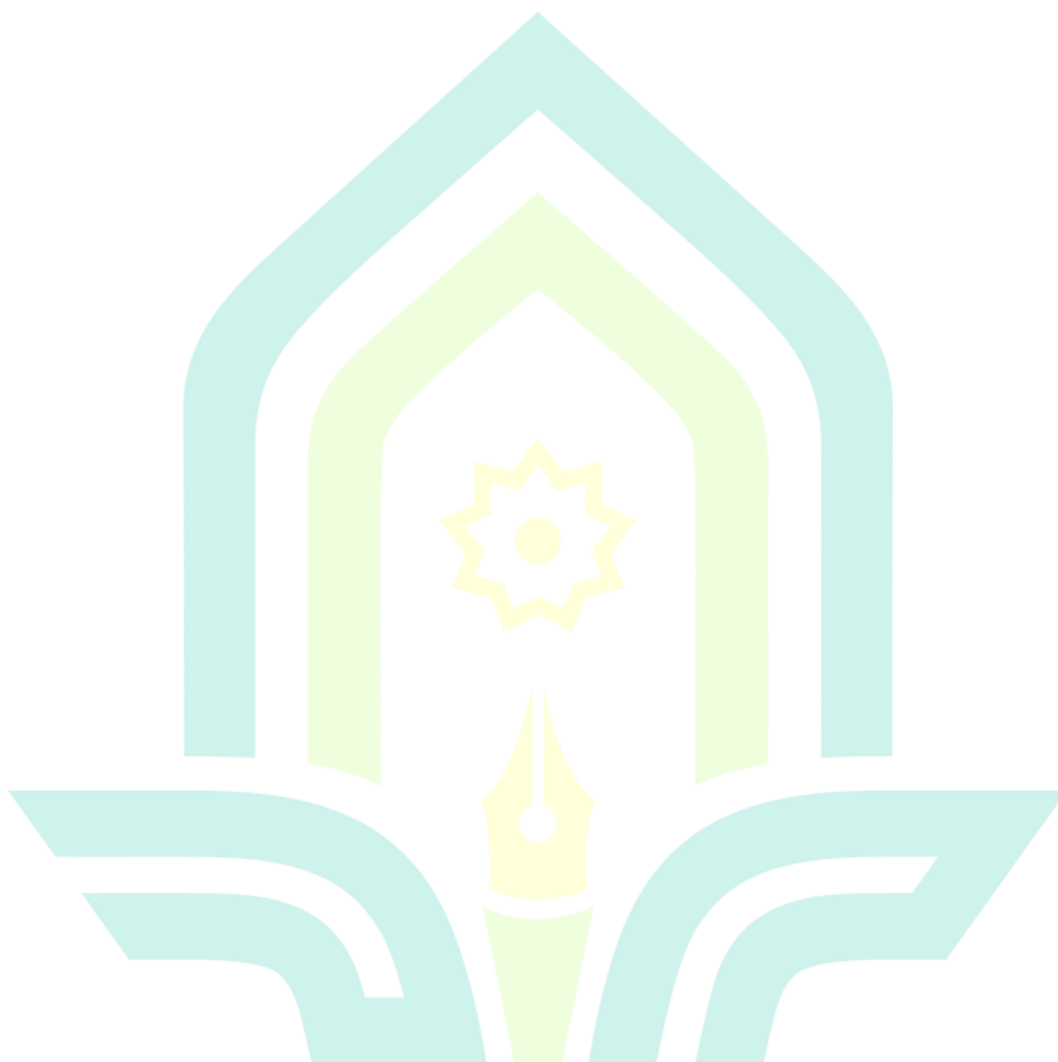
2.1.8 Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	49
2.1.9 Minat Penggunaan <i>e-wallet</i>	51
2.1.10 Religiositas.....	54
2.2 Kajian Penelitian yang Relevan.....	56
2.3 Kerangka Berpikir.....	69
2.4 Hipotesis	69
BAB III. METODE PENELITIAN	77
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	77
3.2 Populasi dan Sampel.....	77
3.3 Variabel Penelitian	80
3.4 Setting Penelitian	83
3.5 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	84
3.6 Teknik Analisis Data	87
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	95
4.1 Deskripsi Data.....	95
4.2 Hasil	105
4.3 Pembahasan.....	127
BAB V SIMPULAN IMPILKASI DAN SARAN	158
5.1 Simpulan	158
5.2 Impilkasi.....	165
5.3 Saran	168
DAFTAR PUSTAKA.....	158
LAMPIRAN.....	179
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	203

DAFTAR TABEL

2.1 Perbedaan <i>LinkAja</i> dan <i>LinkAja Syariah</i>	36
2.2 Kajian Penelitian yang Relevan	58
3.1 Data BPS	78
3.2 Definisi Operasional	81
4.1 Jenis Kelamin	96
4.2 Usia Responden.....	96
4.3 Kepemilikan <i>e-wallet</i>	97
4.4 Sebaran Kuesioner	98
4.5 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Manfaat	99
4.6 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Risiko	101
4.7 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan	102
4.8 Statistik Deskriptif Variabel Minat Penggunaan <i>e-wallet LinkAja Syariah</i>	103
4.9 Statistik Deskriptif Variabel Religiositas	104
4.10 Nilai Loading Factor	106
4.11 Nilai Convergent Validity.....	106
4.12 Nilai Fornell-Lacker Criterion	112
4.13 Nilai Cross Loading	113
4.14 Nilai Cronbach Alpha dan Composite Reliability.....	115
4.15 Nilai R Square (R^2)	116
4.16 Model Fit.....	117
4.17 Hubungan Langsung	118
4.18 Hubungan Tidak Langsung	118
4.19 Hasil Pengujian Hipotesis	119
4.20 Direct Effect.....	121
4.21 Indirect Effect.....	122
4.22 Direct Effect.....	123
4.23 Indirect Effect.....	124
4.24 Direct Effect	125
4.25 Indirect Effect.....	126

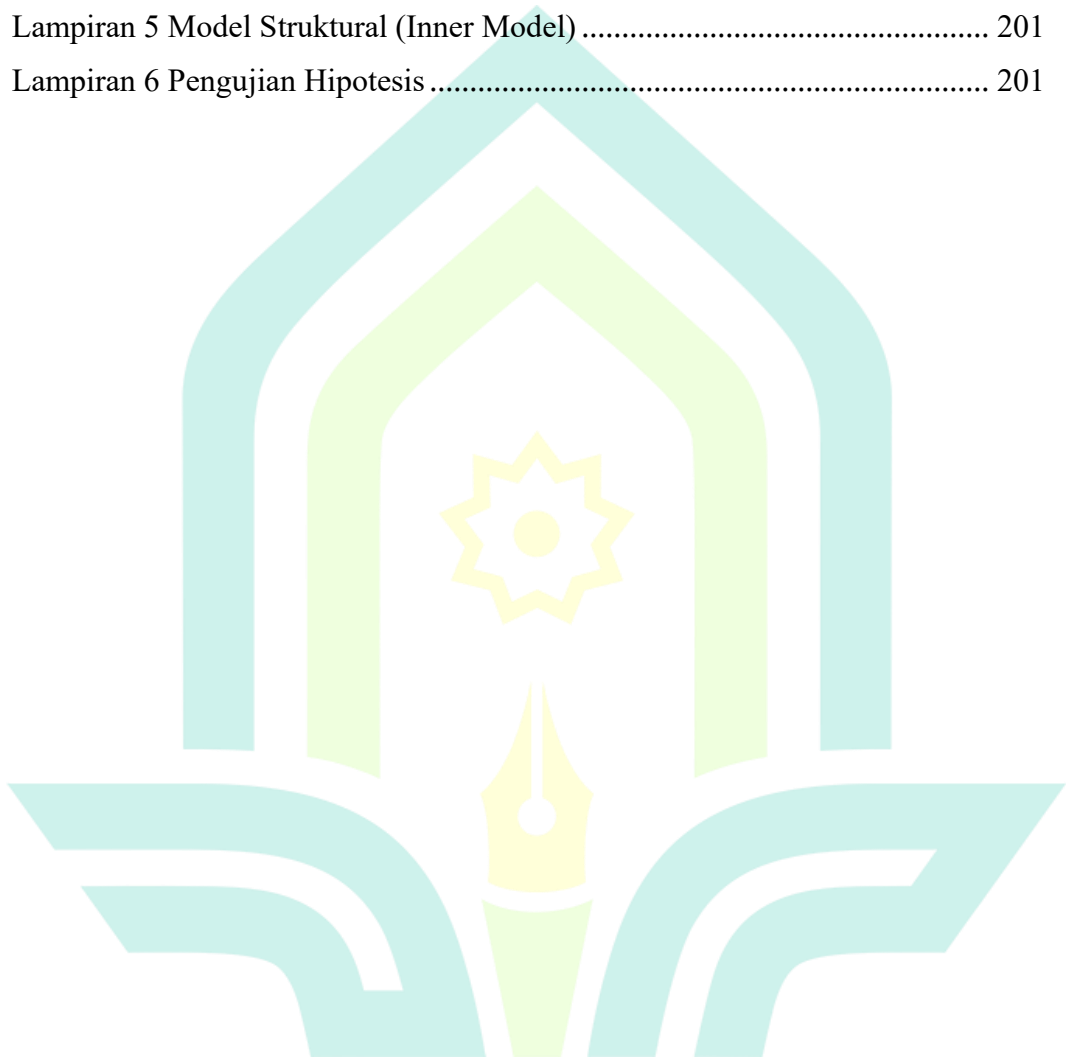
DAFTAR GAMBAR

1.1 <i>E-wallet</i> Terpopuler di Indonesia 2025	3
2.1 Kerangka Berpikir.....	69
3.1 Efek Mediasi	93
4.1 Model PLS	105



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Primer dan Hasil Sebaran Kuesioner	179
Lampiran 2 Bukti Sebaran Kuesioner	191
Lampiran 3 Lembar Kuesioner	192
Lampiran 4 Uji Outer Model	199
Lampiran 5 Model Struktural (Inner Model)	201
Lampiran 6 Pengujian Hipotesis	201



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi di berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor keuangan. Transformasi tersebut ditandai dengan hadirnya *financial technology* (fintech) yang memungkinkan masyarakat melakukan berbagai aktivitas keuangan secara lebih cepat, mudah, dan efisien melalui pemanfaatan teknologi digital. Fintech merupakan inovasi yang mengintegrasikan teknologi dengan layanan keuangan sehingga mampu menghadirkan berbagai bentuk layanan, seperti pembayaran digital, pinjaman daring, investasi, hingga manajemen keuangan (Adji et al., 2023). Kehadiran fintech tidak hanya mengubah cara masyarakat bertransaksi, tetapi juga mendorong perubahan perilaku menuju transaksi non-tunai (*cashless society*)

Salah satu bentuk implementasi fintech yang berkembang pesat di Indonesia adalah dompet digital atau *electronic wallet* (*e-wallet*). *E-wallet* merupakan layanan pembayaran elektronik yang memungkinkan pengguna menyimpan saldo dan melakukan berbagai transaksi secara digital melalui perangkat seluler. Penggunaan *e-wallet* semakin meningkat karena dinilai mampu memberikan kemudahan, kecepatan, efisiensi, serta fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari, seperti pembayaran belanja daring, transportasi, tagihan,

pembelian pulsa, hingga pembayaran di berbagai merchant (Apriani et al., 2023). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *e-wallet* telah menjadi salah satu instrumen pembayaran yang semakin diterima oleh masyarakat seiring dengan meningkatnya digitalisasi layanan keuangan.

Peningkatan penggunaan *e-wallet* juga didukung oleh berkembangnya ekosistem ekonomi digital di Indonesia. Menurut Bank Indonesia, sistem pembayaran digital terus mengalami pertumbuhan yang ditandai dengan meningkatnya penggunaan uang elektronik dalam berbagai aktivitas ekonomi. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbiasa menggunakan transaksi non-tunai karena dinilai lebih praktis, efisien, serta mampu mendukung aktivitas ekonomi digital secara lebih luas (Effendy et al., 2021). Dengan demikian, *e-wallet* tidak lagi dipandang sebagai alternatif pembayaran, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern.

Fenomena tersebut semakin terlihat pada kelompok Generasi Z yang dikenal sebagai *digital native*. Generasi ini tumbuh bersamaan dengan perkembangan internet dan teknologi digital sehingga memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap berbagai inovasi teknologi, termasuk layanan pembayaran digital. Berdasarkan hasil survei IDN Research Institute (2024), Generasi Z merupakan kelompok pengguna *e-wallet* terbesar di Indonesia dengan tingkat penggunaan mencapai 58% dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Temuan tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan segmen potensial dalam

pengembangan layanan pembayaran digital karena memiliki intensitas penggunaan teknologi yang relatif tinggi dibandingkan kelompok generasi lainnya.

Meskipun penggunaan *e-wallet* terus mengalami peningkatan, tingkat penggunaan masing-masing platform masih menunjukkan perbedaan. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.1 yang menyajikan hasil survei Jakpat tahun 2026 mengenai *e-wallet* yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z di Indonesia

Gambar 1.1 *E-wallet* terpopuler di Indonesia 2026



Berdasarkan Gambar 1.1 terlihat bahwa DANA menempati posisi pertama sebagai *e-wallet* yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z dengan persentase pengguna sebesar 75%, diikuti GoPay sebesar 48%, ShopeePay sebesar 45%, dan OVO sebesar 19%. Sementara itu, LinkAja berada pada posisi terendah dengan tingkat penggunaan sebesar 3% (Periskop.id, 2026). Data tersebut menunjukkan bahwa meskipun pasar *e-wallet* di Indonesia berkembang

cukup pesat, tingkat adopsi LinkAja masih relatif rendah dibandingkan platform lainnya. Kondisi ini menjadi indikasi bahwa masih terdapat berbagai faktor yang memengaruhi minat masyarakat, khususnya Generasi Z, dalam menggunakan layanan LinkAja.

Salah satu pengembangan layanan yang dilakukan oleh LinkAja adalah menghadirkan LinkAja Syariah sebagai layanan dompet digital yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Layanan ini telah memperoleh kesesuaian syariah berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah sehingga seluruh mekanisme transaksinya dirancang untuk menghindari unsur riba, gharar, dan maisir (LinkAja, 2022). Selain menyediakan berbagai fitur pembayaran digital sebagaimana *e-wallet* pada umumnya, LinkAja Syariah juga menawarkan layanan yang mendukung transaksi sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, seperti pembayaran zakat, infak, sedekah, wakaf, serta berbagai transaksi pada ekosistem halal.

PT Fintek Karya Nusantara sebagai pengelola LinkAja melaporkan bahwa jumlah pengguna LinkAja telah mencapai lebih dari 93 juta pengguna hingga kuartal pertama tahun 2024 juta (Saputra, 2024). Meskipun demikian, besarnya jumlah pengguna tersebut belum sepenuhnya mencerminkan tingginya tingkat penggunaan layanan LinkAja Syariah, terutama di kalangan Generasi Z. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan layanan berbasis syariah belum secara otomatis mendorong masyarakat untuk menggunakannya. Oleh karena itu,

diperlukan kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan LinkAja Syariah sehingga dapat memberikan gambaran mengenai alasan di balik keputusan Generasi Z dalam memilih layanan pembayaran digital berbasis syariah.

Sebagai kelompok yang tumbuh di era digital, Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya dalam memanfaatkan teknologi. Kemudahan akses internet, tingginya penggunaan telepon pintar, serta terbiasanya melakukan berbagai aktivitas secara daring menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang cepat menerima inovasi teknologi, termasuk layanan pembayaran digital. Namun, keputusan untuk menggunakan suatu aplikasi pembayaran tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, tetapi juga oleh pertimbangan rasional dan psikologis pengguna. Meskipun LinkAja Syariah menawarkan layanan pembayaran digital yang mengedepankan prinsip-prinsip syariah, tingkat penggunaannya masih relatif rendah dibandingkan *e-wallet* lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa terdapat berbagai faktor yang memengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan layanan tersebut.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi minat penggunaan adalah persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Persepsi manfaat menggambarkan keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi mampu meningkatkan efektivitas, efisiensi, serta memberikan kemudahan dalam menyelesaikan aktivitas sehari-hari. Semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna,

semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut. Dalam konteks LinkAja Syariah, manfaat tersebut tidak hanya berkaitan dengan kemudahan transaksi, tetapi juga kemudahan dalam mengakses layanan keuangan berbasis syariah melalui satu aplikasi. Oleh karena itu, persepsi manfaat menjadi salah satu aspek penting yang perlu dikaji dalam menjelaskan minat penggunaan LinkAja Syariah.

Pentingnya persepsi manfaat dalam mendorong minat penggunaan teknologi juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Danisa (2021) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengguna cenderung memanfaatkan *e-wallet* karena memberikan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi, menghemat waktu, serta meningkatkan efisiensi aktivitas keuangan sehari-hari. Temuan serupa juga diperoleh oleh Widyasanti & Suarmanayasa (2023) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Semakin besar manfaat yang dirasakan dari suatu layanan pembayaran digital, semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk menggunakannya.

Selain manfaat yang diperoleh, keputusan seseorang dalam menggunakan layanan pembayaran digital juga dipengaruhi oleh persepsi risiko. Persepsi risiko merupakan penilaian individu terhadap kemungkinan terjadinya kerugian atau konsekuensi yang tidak diharapkan selama menggunakan suatu teknologi, seperti risiko keamanan data, penyalahgunaan akun, maupun kegagalan sistem (Rahmi

et al., 2022). Dalam penggunaan *e-wallet* , persepsi risiko menjadi salah satu pertimbangan penting karena layanan ini berkaitan langsung dengan transaksi keuangan dan penyimpanan data pribadi pengguna.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang masih beragam mengenai pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet* . Christiana et al. (2023) menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko yang dirasakan, semakin rendah minat seseorang untuk menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, penelitian Faza & Melati (2025) mengenai *e-wallet* menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak menjadi penghalang utama bagi Generasi Z dalam memanfaatkan penggunaan *e-wallet*. Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh persepsi risiko masih memerlukan pengujian lebih lanjut pada objek penelitian dan karakteristik responden yang berbeda

Faktor lain yang juga memiliki peran penting adalah kepercayaan. Dalam layanan keuangan digital, kepercayaan merupakan dasar terbentuknya hubungan antara pengguna dan penyedia layanan. Pengguna cenderung menggunakan aplikasi apabila meyakini bahwa sistem yang digunakan aman, dapat diandalkan, serta mampu melindungi data dan dana yang dimiliki. Kepercayaan menjadi semakin penting pada layanan berbasis digital karena sebagian besar transaksi dilakukan tanpa adanya interaksi secara langsung antara pengguna dan penyedia layanan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna

terhadap LinkAja Syariah, semakin besar peluang layanan tersebut untuk diterima dan digunakan.

Kepercayaan sebagai faktor penting dalam penggunaan layanan keuangan digital juga telah dibuktikan melalui berbagai penelitian terdahulu. Penelitian Melianthi & Darma (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* Balipay. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan sistem dan kredibilitas penyedia layanan, semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Temuan yang serupa juga disampaikan oleh Purnamawati et al. (2023) yang menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara penyedia layanan digital dengan pengguna sehingga mampu meningkatkan penerimaan terhadap teknologi pembayaran digital.

Selain ketiga faktor tersebut, penelitian ini juga mempertimbangkan religiositas sebagai variabel intervening. Religiositas mencerminkan tingkat penghayatan dan pengamalan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam menentukan pilihan produk dan layanan keuangan (Darmawan & Qurnia, 2026). Bagi masyarakat Muslim, prinsip syariah menjadi salah satu pertimbangan dalam melakukan aktivitas ekonomi karena setiap transaksi diharapkan sesuai dengan ketentuan Islam. Oleh sebab itu, religiositas diduga tidak hanya berpengaruh secara langsung terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah,

tetapi juga dapat memperkuat hubungan antara persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan layanan tersebut.

Dalam layanan keuangan syariah, religiositas menjadi faktor yang turut dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan. Penelitian Rachmasari et al. (2023) menunjukkan bahwa religiositas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah pada Generasi Z. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiositas seseorang, semakin besar kecenderungannya untuk memilih layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih menempatkan religiositas sebagai variabel independen, sedangkan penelitian yang menguji religiositas sebagai variabel intervening dalam hubungan antara persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah masih relatif terbatas.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *e-wallet* masih menunjukkan hasil yang beragam. Sebagian penelitian menyimpulkan bahwa persepsi manfaat, kepercayaan, dan religiositas berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*, sedangkan temuan mengenai pengaruh persepsi risiko masih belum konsisten. Selain itu, sebagian besar penelitian dilakukan pada *e-wallet* konvensional seperti DANA, GoPay, ShopeePay, dan OVO, sedangkan penelitian mengenai LinkAja Syariah masih relatif terbatas. Penelitian yang mengintegrasikan persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan dengan religiositas sebagai

variabel intervening pada Generasi Z juga masih jarang ditemukan, khususnya di Kabupaten Pemalang. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan LinkAja Syariah.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Pemalang karena memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan data BPS (2025) Kabupaten Pemalang memiliki jumlah penduduk Generasi Z yang cukup besar sehingga menjadi kelompok potensial dalam pengembangan layanan keuangan digital. Di samping itu, mayoritas penduduk Kabupaten Pemalang beragama Islam, sehingga nilai-nilai syariah berpotensi menjadi salah satu pertimbangan dalam memilih produk dan layanan keuangan. Kabupaten Pemalang juga memiliki karakteristik wilayah yang terdiri atas kawasan perkotaan dan pedesaan dengan tingkat perkembangan teknologi yang terus meningkat. Kondisi tersebut memberikan gambaran yang beragam mengenai perilaku masyarakat dalam memanfaatkan layanan pembayaran digital berbasis syariah.

Pemilihan Generasi Z sebagai subjek penelitian didasarkan pada karakteristik generasi ini yang memiliki tingkat literasi digital dan intensitas penggunaan teknologi yang relatif tinggi dibandingkan kelompok usia lainnya. Generasi Z merupakan kelompok yang terbiasa menggunakan *gadget* dan internet dalam berbagai aktivitas, termasuk bertransaksi secara digital. Meskipun demikian, tingginya intensitas penggunaan teknologi belum tentu diikuti dengan tingginya

penggunaan layanan *e-wallet* (Angriani & Fitriati, 2026). Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan menggunakan *LinkAja Syariah* tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan mengakses teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan lain, seperti manfaat yang dirasakan, persepsi terhadap risiko, tingkat kepercayaan terhadap penyedia layanan, serta religiositas pengguna.

Selain itu, penelitian mengenai penggunaan *e-wallet* di Indonesia pada umumnya masih lebih banyak berfokus pada *e-wallet* konvensional, seperti DANA, GoPay, ShopeePay, dan OVO. Penelitian yang secara khusus mengkaji *LinkAja Syariah* masih relatif terbatas, terlebih yang menempatkan religiositas sebagai variabel intervening dalam menjelaskan hubungan antara persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan. Beberapa penelitian terdahulu juga menunjukkan hasil yang belum konsisten mengenai pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk melakukan pengujian lebih lanjut pada objek, karakteristik responden, dan lokasi penelitian yang berbeda sehingga dapat memperkaya bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *e-wallet* berbasis syariah.

Penelitian ini memiliki beberapa kebaruan (*novelty*), diantaranya adalah penelitian difokuskan pada *LinkAja Syariah* sebagai layanan dompet digital berbasis syariah yang masih memiliki tingkat adopsi lebih rendah dibandingkan beberapa *e-wallet* lainnya, penelitian dilakukan pada Generasi Z di Kabupaten Pematang yang memiliki karakteristik sosial dan demografis berbeda dengan

wilayah metropolitan yang selama ini lebih banyak menjadi lokasi penelitian sejenis, penelitian mengintegrasikan persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan sebagai variabel independen dengan religiositas sebagai variabel intervening untuk menjelaskan minat penggunaan LinkAja Syariah. Model penelitian tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai proses terbentuknya minat penggunaan layanan keuangan digital berbasis syariah pada Generasi Z.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa perkembangan teknologi keuangan digital telah membuka peluang yang besar bagi pemanfaatan *e-wallet* berbasis syariah. Namun, rendahnya tingkat penggunaan LinkAja dibandingkan *e-wallet* lainnya menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan tersebut. Dengan mempertimbangkan pentingnya persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, dan religiositas serta masih terbatasnya penelitian yang mengkaji hubungan antarvariabel tersebut pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang, penelitian ini penting untuk dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan LinkAja Syariah dengan Religiositas sebagai Variabel Intervening pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Tingkat Penggunaan *e-wallet* yang tinggi di Indonesia: Meskipun *e-wallet* secara umum telah menjadi tren yang meningkat, terdapat variasi dalam

penggunaan aplikasi *e-wallet*, dimana *LinkAja Syariah* memiliki pengguna yang lebih rendah dibandingkan dengan Gopay, Ovo, dan Dana.

2. Relevansi Aplikasi Syariah terhadap Generasi Z: Generasi Z cenderung memilih produk yang sesuai dengan nilai-nilai agama, namun masih ada keraguan terhadap adopsi aplikasi *e-wallet* berbasis syariah seperti *LinkAja Syariah*.
3. Persepsi Manfaat, Persepsi risiko, dan Kepercayaan terhadap Penggunaan *LinkAja Syariah*: *LinkAja Syariah* menawarkan berbagai manfaat terkait transaksi yang sesuai syariah, persepsi persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap aplikasi ini mungkin berperan penting dalam keputusan penggunaan.
4. Tingkat Religiositas dan Pengaruhnya terhadap Minat Penggunaan *E-wallet* Syariah: Penelitian menunjukkan bahwa religiositas memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi keuangan berbasis syariah. Namun, bagaimana pengaruhnya pada Generasi Z yang tumbuh di era digital masih perlu dipahami lebih lanjut.
5. Perbedaan Persepsi antara Pengguna di Wilayah Perkotaan dan Pedesaan: Kabupaten Pematang Jaya memiliki karakteristik campuran antara wilayah perkotaan dan pedesaan, yang mungkin mempengaruhi penerimaan terhadap aplikasi syariah seperti *LinkAja Syariah*.
6. Kesadaran dan Edukasi tentang Keuangan Syariah: Banyak pengguna yang belum sepenuhnya memahami manfaat dan prinsip syariah yang

diterapkan dalam aplikasi seperti *LinkAja Syariah*, sehingga pengaruh edukasi menjadi faktor penting.

7. Keterbatasan Pengetahuan tentang *LinkAja Syariah* di Kabupaten Pemalang: Walaupun *LinkAja Syariah* telah diterima baik di berbagai tempat, di Kabupaten Pemalang penggunaan aplikasi ini belum sepenuhnya maksimal.

1.3 Pembatasan Masalah:

1. Lokasi Penelitian: Penelitian ini dibatasi pada Kabupaten Pemalang, sehingga hasilnya akan mencerminkan kondisi di Kabupaten Pemalang.
2. Subjek Penelitian: Penelitian ini dibatasi pada Generasi Z yang berada di Kabupaten Pemalang. Generasi Z didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang mencakup rentang usia sekitar 13 hingga 28 tahun pada tahun 2025. Pemilihan Generasi Z dilakukan karena dikenal sebagai kelompok yang sangat familiar dengan teknologi digital dan cenderung menjadi pengguna aktif layanan keuangan digital.
3. Objek Penelitian: Objek penelitian ini adalah *LinkAja Syariah*, sebuah layanan keuangan berbasis digital yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Fokus utama adalah persepsi Generasi Z terkait manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan dalam menggunakan *LinkAja Syariah* sebagai media transaksi keuangan.
4. Ruang Lingkup Variabel: Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi persepsi risiko dan kepercayaan sementara variabel mediasi adalah religiositas, dan variabel terikat adalah minat

penggunaan *LinkAja Syariah* Faktor-faktor lain di luar variabel ini tidak akan dianalisis.

5. Waktu Penelitian: Penelitian ini dibatasi pada periode tertentu, yaitu pada tahun 2025-2026 yang sedang berjalan saat penelitian dilakukan..
6. Jenis Pendekatan: Penelitian ini dibatasi menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada responden Generasi Z di Kabupaten Pemalang. Teknik pengolahan data menggunakan analisis statistik untuk menguji hubungan antara variabel bebas, variabel intervening, dan variabel tergantung.
7. Aspek Persepsi :
 - a. Persepsi Manfaat: Penelitian dibatasi pada persepsi Generasi Z mengenai keuntungan atau nilai tambah yang peroleh dari penggunaan *LinkAja Syariah*, seperti kemudahan transaksi, kecepatan, dan fitur syariah yang diusung
 - b. Persepsi risiko: Penelitian ini akan mengukur bagaimana Generasi Z memandang potensi persepsi risiko seperti keamanan data, kemungkinan fraud, atau ketidakpastian dalam transaksi keuangan digital.
 - c. Kepercayaan: Fokus pada keyakinan Generasi Z terhadap *LinkAja Syariah*, baik dari segi kesesuaian dengan nilai syariah maupun kredibilitas perusahaan dalam menjaga keamanan dan kenyamanan pengguna.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang?
2. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang?
4. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap religiositas Generasi Z di Kabupaten Pemalang?
5. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap religiositas Generasi Z di Kabupaten Pemalang?
6. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap religiositas Generasi Z di Kabupaten Pemalang?
7. Apakah religiositas berpengaruh terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang?
8. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* dengan Religiositas sebagai variabel *intervening* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang ?
9. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* dengan religiositas sebagai variabel *intervening* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang?

10. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* dengan religiositas sebagai variabel *intervening* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang.
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap religiositas pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang.
5. Untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap religiositas pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang.
6. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap religiositas pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang.
7. Untuk menganalisis pengaruh religiositas terhadap minat penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang.
8. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* dengan religiositas sebagai variabel *intervening* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang

9. Untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* dengan religiositas sebagai variabel *intervening* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang.
10. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* dengan religiositas sebagai variabel *intervening* Generasi Z di Kabupaten Pemalang.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Pengembangan Teori Perilaku Konsumen

Penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang perilaku konsumen, khususnya dalam konteks penggunaan *LinkAja Syariah*. Dengan menganalisis bagaimana persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan memengaruhi minat penggunaan *LinkAja Syariah*, penelitian ini dapat memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen.

2. Pentingnya Religiositas

Penelitian ini menyoroti peran religiositas sebagai variabel *intervening*, yang dapat memberikan perspektif baru dalam studi perilaku konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor psikologis dan

spiritual dapat mempengaruhi keputusan penggunaan teknologi keuangan, khususnya di kalangan Generasi Z.

3. Model Teoritis yang Komprehensif

Penelitian ini dapat menyajikan model teoritis yang komprehensif mengenai hubungan antara persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, dan minat penggunaan *e-wallet*. Model ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan dan pengembangan teori di bidang ekonomi dan pemasaran.

4. Pendidikan Keuangan

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pendidik dan pembuat kebijakan mengenai pentingnya edukasi keuangan di kalangan siswa. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *LinkAja Syariah*, program edukasi keuangan dapat lebih ditargetkan untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan pelajar.

5. Pengembangan Teori

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis bagi peneliti dalam mengembangkan pemahaman mengenai minat penggunaan *e-wallet* syariah melalui integrasi Theory of Planned Behavior (TPB), Technology Acceptance Model (TAM), dan Theory of Reasoned Action (TRA).

Penelitian ini juga memperkuat peran religiositas sebagai variabel intervening yang menjembatani pengaruh persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah*. Selain itu, penelitian ini memberikan manfaat metodologis bagi peneliti melalui penerapan analisis SEM-PLS yang dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Generasi Z

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman bagaimana persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan dapat mempengaruhi minat Generasi Z untuk menggunakan *LinkAja Syariah*. Pemahaman ini membantu Generasi Z agar lebih bijak dalam menggunakan aplikasi keuangan sesuai dengan nilai-nilai religiositas, baik dari segi manfaat finansial maupun kesesuaian dengan prinsip syariah.

2. Bagi Pengembang Aplikasi dan Platform Keuangan Digital

Para pengembang aplikasi dan platform keuangan digital dapat memanfaatkan temuan penelitian ini untuk meningkatkan aplikasinya, baik dari segi fitur maupun desain yang lebih sesuai dengan preferensi Generasi Z. Dengan memahami persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan, maka dapat menciptakan pengalaman pengguna (*user experience*) yang lebih baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

3. Pemerintah dan Pembuat Kebijakan

Penelitian ini dapat Menjadi acuan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung adopsi teknologi finansial di kalangan Generasi Z, serta menciptakan lingkungan yang aman dan kondusif untuk penggunaan *LinkAja Syariah*. Selain itu dapat digunakan untuk membantu dalam merancang program promosi literasi digital dan keuangan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang teknologi keuangan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya yang mengeksplorasi variabel lain yang mungkin memengaruhi penggunaan *LinkAja Syariah*. Penelitian lebih lanjut dapat menggali hubungan antara teknologi keuangan dan faktor sosial budaya di berbagai konteks.

1.7 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai dasar pemikiran dan latar belakang dilakukannya penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *LinkAja Syariah* pada Generasi Z di Kabupaten Pematang Jaya. Pada bab ini dijelaskan fenomena perkembangan teknologi finansial dan penggunaan *e-wallet*, permasalahan yang menjadi fokus penelitian, identifikasi serta pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian,

dan manfaat penelitian secara teoritis maupun praktis. Bab ini menjadi landasan awal untuk memahami urgensi penelitian mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, dan religiositas terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah*.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan berbagai teori dan konsep yang menjadi dasar dalam penelitian, meliputi grand theory dan teori pendukung yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel penelitian. Pembahasan dalam bab ini mencakup teori perilaku seperti *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Theory of Reasoned Action* (TRA), dan *Technology Acceptance Model* (TAM), serta konsep mengenai *e-wallet*, *LinkAja Syariah*, Generasi Z, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, minat penggunaan, dan religiositas. Selain itu, bab ini juga memaparkan kajian penelitian terdahulu yang relevan, kerangka berpikir penelitian, serta pengembangan hipotesis sebagai dasar pengujian empiris.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan dan tahapan penelitian yang digunakan untuk memperoleh serta menganalisis data penelitian. Pembahasan meliputi jenis dan desain penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, setting penelitian, teknik serta instrumen pengumpulan data, dan teknik analisis data. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, sedangkan pengujian hubungan antarvariabel dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS)

untuk menganalisis pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel melalui religiositas sebagai variabel *intervening*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang telah diperoleh dari proses pengolahan dan analisis data, kemudian dilakukan pembahasan secara mendalam berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang relevan. Pada bab ini dijelaskan karakteristik data penelitian, hasil pengujian model pengukuran (*outer model*), hasil pengujian model struktural (*inner model*), pengujian hipotesis pengaruh langsung maupun tidak langsung, serta interpretasi hubungan antara persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, religiositas, dan minat penggunaan *LinkAja Syariah* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang. Hasil analisis tersebut digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan membuktikan hipotesis penelitian.

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

Bab terakhir berisi kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian berdasarkan temuan empiris yang telah dianalisis pada bab sebelumnya. Selain itu, bab ini menjelaskan implikasi penelitian baik secara teoritis maupun praktis bagi pengembangan kajian ekonomi syariah, penyedia layanan *fintech* syariah, pemerintah, serta pengguna khususnya Generasi Z. Bab ini juga memberikan saran yang dapat menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan kajian terkait faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan layanan keuangan digital berbasis syariah.

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* melalui religiositas pada Generasi Z di kabupaten Pemalang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar $0,001 < 0,05$ dan t Statistik sebesar $3,258 > 1,965$ sehingga H1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan, seperti kemudahan, efisiensi, fleksibilitas, dan kepraktisan transaksi digital, maka semakin tinggi minat Generasi Z untuk menggunakan *LinkAja Syariah*. Temuan ini mendukung Technology Acceptance Model (TAM) Davis (1989) yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor utama yang mendorong penerimaan teknologi serta sejalan dengan penelitian Finannafi'ah & Witono (2022) dan Urba et al. (2024) yang menemukan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat penggunaan layanan keuangan digital.
2. Persepsi risiko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang,

yang dibuktikan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar $0,449 > 0,05$ dan t Statistik sebesar $0,758 < 1,965$ sehingga H2 ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko yang dirasakan pengguna belum menjadi faktor utama dalam menentukan minat penggunaan *LinkAja Syariah*. Temuan ini tidak sepenuhnya mendukung *Theory of Perceived Risk* oleh Bauer (2001) yang menjelaskan bahwa semakin tinggi risiko yang dirasakan maka semakin rendah kecenderungan seseorang menggunakan suatu layanan. Namun, hasil penelitian ini lebih sesuai dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Davis (1989), yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi lebih banyak dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. Generasi Z di Kabupaten Pemalang cenderung lebih mempertimbangkan manfaat, kemudahan, dan kepraktisan layanan digital dibandingkan risiko penggunaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Syabila & Khasanah (2023) yang menunjukkan bahwa faktor manfaat dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh lebih kuat terhadap minat penggunaan layanan *financial technology* dibandingkan persepsi risiko.

3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* pada Generasi Z dengan nilai signifikansi (P value) $0,000 < 0,05$ dan t Statistik sebesar $5,149 > 1,965$ sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki, maka semakin tinggi pula minat Generasi Z untuk menggunakan *LinkAja Syariah*. Pengaruh positif ini terjadi karena

LinkAja Syariah dinilai aman, dapat dipercaya, mampu melindungi data pribadi dan saldo pengguna, serta menyediakan sistem transaksi yang andal dan sesuai prinsip syariah, sehingga mendorong minat penggunaan dalam aktivitas transaksi digital sehari-hari. Hasil ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred D. Davis yang menjelaskan bahwa kepercayaan sebagai pengembangan dari model penerimaan teknologi berperan penting dalam membentuk minat penggunaan, karena pengguna cenderung menggunakan teknologi yang dianggap aman, andal, dan mampu melindungi data serta transaksi.

4. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiositas pada Generasi Z dengan nilai signifikansi (P Value) $0,000 < 0,05$ dan t Statistik sebesar $3,517 > 1,965$ sehingga hipotesis keempat (H4) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan dari penggunaan *LinkAja Syariah*, maka semakin tinggi pula tingkat Religiositas Generasi Z. Pengaruh positif ini terjadi karena *LinkAja Syariah* memberikan kemudahan dalam berbagai aktivitas keuangan berbasis syariah seperti pembayaran, transfer, pembelian produk halal, serta penyaluran zakat, infak, dan sedekah melalui satu platform digital, sehingga mendorong pengguna untuk lebih konsisten menerapkan nilai-nilai Islam dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Hasil ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat merupakan keyakinan bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan efektivitas dan

memberikan manfaat, sehingga semakin besar manfaat yang dirasakan maka semakin tinggi kecenderungan individu untuk memanfaatkannya dalam aktivitas yang sesuai dengan nilai-nilai yang dianut, termasuk nilai keagamaan.

5. Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiositas pada Generasi Z dengan nilai signifikansi (P value) $0,048 < 0,05$ dan t Statistik sebesar $1,981 > 1,965$ sehingga hipotesis kelima (H5) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko yang dimiliki terhadap penggunaan *LinkAja Syariah*, maka semakin tinggi pula tingkat religiositas Generasi Z. Pengaruh positif ini terjadi karena meningkatnya kesadaran akan risiko seperti keamanan data, privasi, finansial, dan kesesuaian syariah membuat Generasi Z lebih berhati-hati serta lebih mempertimbangkan nilai-nilai agama dalam setiap keputusan transaksi digital, sehingga religiositas mereka turut meningkat. Hasil ini sejalan dengan *Theory of Perceived Risk* yang dikembangkan oleh Bauer (1960) yang menjelaskan bahwa individu selalu mempertimbangkan risiko sebelum mengambil keputusan, dan semakin tinggi risiko yang dirasakan maka semakin besar kehati-hatian serta pertimbangan nilai yang digunakan dalam bertindak.
6. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiositas pada Generasi Z dengan nilai signifikansi (P value) $0,000 < 0,05$ dan t Statistik sebesar $8,843 > 1,965$ sehingga hipotesis keenam (H6) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap *LinkAja*

Syariah, maka semakin tinggi pula religiositas Generasi Z. Pengaruh positif ini terjadi karena *LinkAja Syariah* dipandang aman, jujur, transparan, serta sesuai dengan prinsip syariah, sehingga mendorong keyakinan untuk melakukan aktivitas keuangan yang sejalan dengan nilai-nilai Islam seperti transaksi halal, zakat, infak, dan sedekah secara digital yang pada akhirnya memperkuat religiositas. Hasil ini sejalan dengan *Trust Theory* yang dikembangkan oleh Morgan M., dkk (2002) yang menjelaskan bahwa kepercayaan yang didasarkan pada kemampuan, integritas, dan niat baik suatu sistem akan meningkatkan kesediaan individu untuk menerima dan menggunakan layanan tersebut dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam penguatan nilai-nilai keagamaan.

7. Religiositas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* pada Generasi Z dengan nilai P value $0,000 < 0,05$ dan t Statistik sebesar $7,406 > 1,965$ sehingga hipotesis ketujuh (H7) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiositas, maka semakin tinggi pula minat Generasi Z untuk menggunakan *LinkAja Syariah*. Pengaruh positif ini terjadi karena Generasi Z yang memiliki religiositas tinggi cenderung lebih memperhatikan kesesuaian layanan keuangan digital dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga *LinkAja Syariah* dipandang sebagai pilihan yang sesuai untuk mendukung aktivitas keuangan berbasis nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Hasil ini sejalan dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) yang

menjelaskan bahwa niat dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap dan keyakinan, di mana religiositas yang kuat membentuk sikap positif terhadap penggunaan layanan yang sesuai dengan nilai agama sehingga meningkatkan minat penggunaan.

8. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* melalui religiositas sebagai variabel mediasi pada Generasi Z dengan nilai signifikansi (P value) $0,002 < 0,05$ dan t Statistik sebesar $3,028 > 1,965$ sehingga hipotesis kedelapan (H8) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan, maka semakin tinggi pula minat penggunaan *LinkAja Syariah* melalui peningkatan religiositas. Pengaruh positif ini terjadi karena *LinkAja Syariah* dinilai memberikan kemudahan, efisiensi, serta dukungan terhadap transaksi keuangan berbasis syariah seperti pembayaran, transfer, zakat, infak, dan sedekah, yang tidak hanya meningkatkan manfaat penggunaan tetapi juga memperkuat kesadaran untuk menjalankan nilai-nilai Islam dalam aktivitas keuangan. Hasil ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat meningkatkan kecenderungan individu untuk menggunakan teknologi karena dianggap mampu meningkatkan efektivitas aktivitas, serta diperkuat oleh *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Fishbein dan Ajzen (1975) yang menyatakan bahwa niat dan perilaku terbentuk dari sikap dan keyakinan, dimana religiositas berperan memperkuat pengaruh

persepsi manfaat terhadap minat penggunaan melalui landasan nilai keagamaan.

9. Persepsi risiko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* melalui religiositas dibuktikan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar $0,057 > 0,05$ dan t Statistik sebesar $1,905 < 1,965$ sehingga H9 ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiositas belum mampu memediasi hubungan antara persepsi risiko dan minat penggunaan *LinkAja Syariah*. Meskipun religiositas dapat menjadi pertimbangan dalam memilih layanan keuangan syariah, nilai religius yang dimiliki Generasi Z belum cukup kuat untuk memengaruhi keputusan penggunaan ketika menghadapi risiko layanan digital. Temuan ini belum sepenuhnya mendukung *Theory of Planned Behavior* (TPB) Ajzen (1991), namun lebih sesuai dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Davis (1989) yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi lebih dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. Generasi Z cenderung lebih mempertimbangkan aspek praktis seperti kemudahan, manfaat, dan kenyamanan layanan dibandingkan faktor risiko maupun religiositas. Hasil ini sejalan dengan penelitian Anwari & Primayudia (2026) serta Rais et al. (2023) yang menunjukkan bahwa faktor teknologi lebih dominan dibandingkan nilai keagamaan dalam penggunaan layanan keuangan digital. Dengan demikian, peningkatan minat penggunaan *LinkAja Syariah* perlu difokuskan pada peningkatan manfaat layanan, kemudahan penggunaan, keamanan sistem, dan kualitas pengalaman pengguna.

10. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* melalui religiositas sebagai variabel mediasi pada Generasi Z dengan nilai signifikansi (P value) $0,000 < 0,05$ dan t Statistik sebesar $5,707 > 1,965$ sehingga hipotesis kesepuluh (H10) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan, maka semakin tinggi pula minat penggunaan *LinkAja Syariah* melalui penguatan religiositas. Pengaruh positif ini terjadi karena kepercayaan terhadap keamanan, transparansi, keandalan, dan kesesuaian syariah membuat Generasi Z tidak hanya terdorong untuk menggunakan layanan tersebut, tetapi juga memperkuat kesadaran religius dalam memilih layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga meningkatkan minat penggunaan dalam kehidupan sehari-hari. Hasil ini sejalan dengan *Trust Theory* yang dikembangkan oleh Morgan M., dkk (2002) yang menjelaskan bahwa kepercayaan berdasarkan *competence*, *integrity*, dan *benevolence* meningkatkan kesediaan individu untuk menggunakan suatu layanan, serta diperkuat oleh *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Fishbein dan Ajzen (1975) yang menyatakan bahwa niat perilaku terbentuk dari sikap dan keyakinan, religiositas memperkuat pengaruh kepercayaan dalam membentuk minat penggunaan.

5.2. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini memberikan beberapa implikasi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan

kajian mengenai penerimaan teknologi keuangan digital syariah, khususnya penggunaan *e-wallet* syariah pada Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor penerimaan teknologi seperti persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan memiliki peran penting dalam membentuk minat penggunaan *LinkAja Syariah*. Temuan ini memperkuat *Technology Acceptance Model* (TAM) Davis (1989) bahwa persepsi manfaat menjadi faktor utama dalam penerimaan teknologi, karena pengguna cenderung menerima suatu layanan digital apabila layanan tersebut mampu memberikan manfaat, kemudahan, dan meningkatkan efektivitas aktivitas mereka. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pemahaman bahwa religiositas tidak selalu menjadi faktor mediasi utama dalam keputusan penggunaan layanan keuangan digital syariah, karena pada Generasi Z faktor fungsional teknologi seperti manfaat, kenyamanan, dan kepercayaan terhadap sistem lebih dominan dalam memengaruhi minat penggunaan.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi pihak *LinkAja Syariah* dalam meningkatkan jumlah pengguna, khususnya pada segmen Generasi Z di Kabupaten Pemalang. Upaya peningkatan minat penggunaan tidak cukup hanya dilakukan melalui pendekatan nilai syariah atau religiositas, tetapi perlu lebih menekankan pada peningkatan manfaat dan kualitas layanan. *LinkAja Syariah* perlu mengembangkan fitur yang sesuai dengan kebutuhan generasi muda, meningkatkan kemudahan navigasi aplikasi, mempercepat proses transaksi, serta menyediakan layanan digital yang praktis dan inovatif. Selain itu, meskipun persepsi risiko tidak

terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan melalui religiositas, aspek keamanan tetap perlu diperhatikan melalui peningkatan perlindungan data pengguna, transparansi sistem transaksi, dan penyediaan informasi keamanan yang mudah dipahami agar dapat meningkatkan rasa percaya pengguna terhadap layanan.

Bagi pihak pengembang layanan keuangan digital syariah, penelitian ini memberikan gambaran bahwa strategi pemasaran tidak hanya perlu menonjolkan aspek kepatuhan syariah, tetapi juga harus mengomunikasikan manfaat nyata yang dapat dirasakan pengguna. Generasi Z sebagai kelompok yang terbiasa dengan perkembangan teknologi cenderung lebih tertarik pada layanan yang mampu memberikan kemudahan, kecepatan, dan pengalaman penggunaan yang baik. Oleh karena itu, pendekatan edukasi mengenai manfaat *LinkAja Syariah*, fitur unggulan, serta kemudahan transaksi digital perlu ditingkatkan melalui media yang dekat dengan karakteristik Generasi Z, seperti media sosial dan kampanye digital.

Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mengembangkan kajian mengenai perilaku penggunaan layanan keuangan digital syariah dengan mempertimbangkan variabel lain yang belum diteliti. Penelitian berikutnya dapat menambahkan faktor seperti persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan elektronik (*e-service quality*), kepercayaan digital, literasi keuangan syariah, pengaruh sosial, atau gaya hidup digital untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *e-wallet*

syariah. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian pada kelompok masyarakat atau wilayah yang berbeda agar hasil penelitian dapat dibandingkan dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai penerimaan teknologi keuangan syariah.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *LinkAja Syariah* melalui religiositas sebagai variabel mediasi pada Generasi Z di Kabupaten Pemalang, maka saran yang dapat diberikan yaitu bagi pihak *LinkAja Syariah* diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas layanan dengan lebih menekankan pada aspek manfaat dan kemudahan penggunaan aplikasi. Hal ini dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor penerimaan teknologi, khususnya persepsi manfaat, memiliki peran penting dalam meningkatkan minat penggunaan *LinkAja Syariah*. Oleh karena itu, *LinkAja Syariah* perlu mengembangkan fitur yang sesuai dengan kebutuhan Generasi Z, meningkatkan kemudahan navigasi aplikasi, mempercepat proses transaksi, serta memberikan layanan yang praktis dan inovatif. Selain itu, aspek keamanan juga perlu terus diperhatikan melalui peningkatan perlindungan data pribadi, transparansi sistem transaksi, serta peningkatan keandalan layanan agar pengguna merasa aman dan percaya dalam menggunakan *LinkAja Syariah*.

Bagi pihak *LinkAja Syariah* dalam meningkatkan jumlah pengguna dari kalangan Generasi Z, strategi pemasaran tidak hanya perlu berfokus pada

aspek religiositas dan label syariah, tetapi juga perlu menonjolkan manfaat nyata yang diperoleh pengguna. Hal ini karena hasil penelitian menunjukkan bahwa religiositas belum mampu menjadi faktor yang memperkuat hubungan antara persepsi risiko dan minat penggunaan *LinkAja Syariah*. Generasi Z cenderung lebih mempertimbangkan aspek fungsional seperti kemudahan, kecepatan, kenyamanan, dan manfaat layanan dalam mengambil keputusan penggunaan teknologi digital. Oleh karena itu, edukasi dan promosi mengenai keunggulan *LinkAja Syariah* dapat lebih ditingkatkan melalui media digital yang dekat dengan karakteristik Generasi Z, seperti media sosial, konten edukatif, serta kampanye digital yang menjelaskan manfaat dan kemudahan penggunaan layanan.

Bagi pengguna maupun calon pengguna *LinkAja Syariah*, disarankan untuk meningkatkan pemahaman mengenai layanan keuangan digital syariah, baik dari aspek manfaat, keamanan, maupun kesesuaian dengan prinsip syariah. Pengguna perlu memahami fitur yang tersedia, memperhatikan keamanan dalam melakukan transaksi digital, serta menggunakan layanan secara bijak agar dapat memperoleh manfaat yang optimal dari penggunaan *e-wallet* syariah. Dengan meningkatnya literasi digital dan pemahaman terhadap layanan keuangan syariah, pengguna dapat lebih percaya dalam memanfaatkan teknologi keuangan digital.

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang dapat menjelaskan faktor-faktor

yang memengaruhi minat penggunaan layanan keuangan digital syariah secara lebih luas, seperti persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan elektronik (*e-service quality*), literasi keuangan syariah, pengaruh sosial, inovasi teknologi, maupun faktor gaya hidup digital. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian dengan melibatkan wilayah atau kelompok responden yang berbeda agar memperoleh hasil yang lebih beragam dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku penerimaan teknologi keuangan syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Adji, Y. B., Muhammad, W. A., Akrabi, A. N. L., & Noerlina Noerlina. (2023). Perkembangan Inovasi Fintech di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Komunikasi, Dan Ilmu Sosial (BECOSS)*, 5(1), 47–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.21512/becossjournal.v5i1.8675>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and the Human Decision Process*. 50, 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall.
- Amanda, N., & Ibadillah, M. N. (2023). PENGARUH FAKTOR KEAMANAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT GENERASI MILLENIAL MENGGUNAKAN MOBILE BANKING. *Jurnal AlFatih*, 5(1), 31–44.
- Amartiwi, Y., & Naqiya, A. Z. (2025). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET LINKAJA DI KOTA BANDAR LAMPUNG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI. *EKOMBISSainsJurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 10(1), 101–106.
- Andini, A. P., & Indrarini, R. (2024). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, RELIGIUSITAS, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH PADA MASYARAKAT KABUPATEN SIDOARJO. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(2), 158–171.
- Angriani, O., & Fitriati, I. R. (2026). ANALISIS PENGARUH INTENSITAS TRANSAKSI DIGITAL , GAYA HIDUP DIGITAL ,. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 14(2), 204–215.
- Anwari, M. K., & Primayudia, D. (2026). PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP INTENSI UMKM MENGGUNAKAN FINTECH SYARIAH DI KOTA PONTIANAK: INTEGRASI TAM–TPB. *JESYA : Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 9(1), 57–68.
- Apriani, S., Neni Triana, N., & Nadeak, T. (2023). The Influence Of Technological Advancements, Financial Literacy, And Perceived Convenience On The Decision To Use Digital Transactions (E-Wallet) On Pd Sahabat Pameungpeuk Garut Store Consumers Terhadap Keputusan Penggunaan Transaksi Digital (E-Wallet) Pa. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7668–7677.
- Ardana, D. A., & Sisdianto, E. (2024). Implementasi prinsip akuntansi syariah dalam lembaga keuangan syariah. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 2(12), 1–14.
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13.

<https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>

- Aunurrochim, M., & Adib bin Saharudin, M. (2021). E-Wallet: A Study On Contracts Involved Within Its Operational Mechanism. *Journal of Fatwa Management and Research*, 26(1), 1–16. <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol26no1.382>
- Badri, R. E., Putri, A. S., & Dyasvaro, R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi Fintech Paylater : Integrasi Model TAM Dengan Religiusitas. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat 2022*, 91–99.
- Basalamah, R., Nurdin, N., Haekal, A., Noval, N., & Jalil, A. (2022). RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) GOPAY. *JIEBI*, 4(1).
- BI. (2014). *Peraturan Bank Indonesia nomor 11 tahun 2014 tentang uang elektronik*.
- Christiana, I., Putri, L. P., & Rialdi, N. (2023). The Role of Risk Perception in Moderating the Effect of Perceived Benefits on Interest in Using an E-Wallet. *Proceeding Medan International Conference Economics and Business*, 1(January), 571–580.
- Danisa, T. (2021). Interest in Using E-Wallet on the Millennial Generation in Special Region of Yogyakarta. *Jurnal Profita*, 9(7), 66–84.
- Daragmeh, A., Sági, J., & Zéman, Z. (2021). Continuous intention to use e-wallet in the context of the covid-19 pandemic: Integrating the health belief model (hbm) and technology continuous theory (tct). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 132. <https://doi.org/10.3390/joitmc7020132>
- Darmawan, D., & Qurnia, A. (2026). Religiusitas dan Literasi Keuangan sebagai Determinan Keputusan Konsumen Menggunakan PayLater BCA. *Paradigma : Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, Dan Sosial Budaya*, 32(1), 355–375.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339.
- Dr. Duryadi, M. S. (2018). *Metode Penelitian Ilmiah (Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS)*. Universitas Sains dan Teknologi Komputer (STEKOM).
- Effendy, F., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence: Intention to Use e-Wallet. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 187. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.060>
- Elliott, R. (2004). Consumer behaviour. In *The Social Science Encyclopedia* ((10th

ed)). Pearson Hall., Prentice.

- Fahimah, H. M., & Harsono, M. (2023). Literature Review of The Evolution of Payment System Paradigms: From Cash to Cashless With Digital Payment. *Seminar Nasional Inovasi Pendidikan (SNIP)*, 7(3), 11–18.
- Faza, R. A., & Melati, I. S. (2025). Pemahaman atas Persepsi Risiko Penggunaan E-Wallet di Kalangan Gen Z Kota Semarang. *MBIA : Journal Management, Business, and Accounting*, 24(1), 28–46.
- Finannafi'ah, K., & Witono, B. (2022). PENGARUH KEMUDAHAN, RISIKO, MANFAAT DAN KENYAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 172–182.
- Fitri Listiawati, J. (2021). Ketika Konsumen Muslim Berminat Membeli Ulang Makanan Faktor Apa yang Mempengaruhinya. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 9(4), 221. <https://doi.org/10.26418/ejme.v9i4.52855>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi Dengan Program Smart PLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson. (2010). *Religiusitas Culture*. Erlangga.
- Glock, Charles, Y., & Stark, R. (1965). *Religion and Society in Tension*. Rand McNally and Company.
- Gurviesz, A., & Korchia, M. (2011). Proposal for Multidimensional Brand Trust Scale. In *Glasgow: Emac* (32nd ed.). Emac.
- Hair, J., Hult., G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. SAGE Publication, Inc.
- Hakki, H. M., & Sulasih. (2025). PENGARUH LITERASI ZAKAT TERHADAP MINAT MUZAKKI MEMBAYAR ZAKAT PADA LAZNAS AL-IRSYAD. *Jurnal Sains Student Research*, 3(4), 615–627.
- Hamim, A. (2023). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN KEPERCAYAAN TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA SANTRI PENGGUNA APLIKASI E-WALLET DI PONDOK PESANTREN AL-BAROKAH PONOROGO*. IAIN PONOROGO.
- Hanifah, F. N., Nuh, A., & Wibowo, F. E. (2024). Pengaruh Label Halal , Brand Image , Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Smm Daarut Tauhid Di Bandung). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(6), 1932–1943.
- Hasdiana, U. (2018). Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran. In *Analytical Biochemistry* (Vol. 11, Issue 1). Nora Media. Enterprise.

- Hasyim, F. (2023). Pendekatan TAM Dalam Menilai Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah pada Masyarakat Surakarta. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(1), 87–100. <https://doi.org/10.28918/velocity.v3i1.858>
- Hasyim, F., Addela, R., & Rahmawati, N. G. (2023). Pendekatan TAM Dalam Menilai Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah pada Masyarakat Surakarta. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(1), 87–100. <https://doi.org/10.28918/velocity.v3i1.858>
- Herni, Zakaria, A., & Novita. (2026). Analisis Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Kolaka dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(3), 3173–3182.
- IDN Research Institute. (2024). Indonesia Gen Z. *IDN Research Institute*, 102.
- Iffat, M. F., & Laksmi, A. C. (2023). Pengaruh persepsi manfaat , kemudahan penggunaan , risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik. *Prosiding Konferensi Nasional Akuntansi & Keuangan*, 5(2020), 441–449. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art50>
- Indonesia, B. I. (2020). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 22/23/PBI/2020 Tahun 2020 tentang Sistem Pembayaran*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/219277/peraturan-bi-no-2223pbi2020>
- INDONESIA, I. (2026). *DIGITAL WALLET RESEARCH 2026 : COMPETITIVE*. February.
- Jacoby, J., & Kaplan, L. B. (1972). The Components of Perceived Risk. *Sv, January 1972*, 382–393.
- Jamin. (2022). Analisis Akad dalam Layanan Linkaja Syariah. *Jurnal As Syar'e Jurnal Syari'ah & Hukum*, 1(1), 30–50.
- Jogiyanto, H. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Andi, Yogyakarta.
- Kim, P., & Ruth, I. (2020). On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far. *Pew Research Center*.
- Kotler, P., & Keller. (2012). *Marketing Management*, (14th ed.). Pearson Prestice Hall.
- Lestari, M. D., Pramitasari, D. A., & Tuharea, F. I. (2026). Perilaku Investor Generasi Z pada Saham Syariah di Bursa Efek Indonesia. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 5(4), 4613–4629.
- LinkAja. (2022). *LinkAja Syariah dan Reguler*. LinkAja.
- Maulidya, D. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Di Kota Malang). *Skripsi*, 124.
- McKnight, M. M., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). The Impact Of Initial Consumer Trust On Intentions To Transact With A WebSite: A Trust Building Model. *Journal of Strategic Information Systems*, 11, 297–323.

- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 163–175. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.535>
- Melianti, N. K. I., & Darma, G. S. (2024). Revolutionizing Payment Trends: Balipay E-Wallet Technology Acceptance with Trust Mediation. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 22(2), 459–475. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2024.022.02.12>
- Miatun, S. L., & Santoso, L. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Di Ponorogo. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 113–120. <https://doi.org/10.36407/serambi.v2i2.181>
- Miftakhul, J. (2024). *Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Payment LinkAja Syariah Pada Generasi Z Di Karesidenan Madiun Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating*. IAIN Ponorogo.
- Muliadi, M. R., & Usman, B. (2024). Analysis of e-wallet application adoption through the diffusion of innovation theory approach (study of e-wallet application users in Bengkulu city). *Jurnal Mantik*, 7(4), 3001–3011.
- Mustaidah, Z., & Sadiyah, M. (2025). PENGARUH HALAL LIFESTYLE , LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 8(1), 266–278.
- Nasution, N. H., & Munir, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Paylater dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *AL-BUHUTS*, 19(1), 106–121.
- Pavlou, P. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with a Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7, 101–134.
- Pemalang, B. K. (2025). *KABUPATEN PEMALANG DALAM ANGKA Pemalang Regency in Figures* (BPS Kabupaten Pemalang (ed.); 49th ed.). PT.Djava Sinar Perkasa.
- Periskop.id. (2026). Daftar E-Wallet Paling Banyak Dipakai di Indonesia 2026, DANA Nomor 1. *Periskop.Id*.
- Pertiwi, T. K. (2022). Impact of Perceived Benefits, Security, and Privacy on Interest in Using E-Wallet in Millennial Generation. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 05(05), 1051–1057. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v5-i5-22>
- Prasetyo, H., & Anitra, V. (2020). Pengaruh Religiusitas terhadap Kinerja Karyawan : Studi pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. *Borneo Student Research*, 2(1), 705–713.
- Purnamawati, I. G. A., Yuniarta, G. A., & Herliyani, E. (2023). Dimensions of Interest in Using E-Wallets in Online Transportation Service. *Petra*

- International Journal of Business Studies*, 6(1), 70–79.
<https://doi.org/10.9744/petraijbs.6.1.70-79>
- Putri, C. A., Anwar, R. K., Chaerani, S., Amar, D., & Rukmana, E. N. (2024). Keamanan Informasi dan Privasi Pengguna dalam Layanan Perpustakaan Digital. *Media Pustakawan*, 31(3).
<https://doi.org/10.37014/medpus.v31i3.5317>
- RA Bauer. (2001). Consumer Behavior as Risk Taking. In *Marketing: Critical Perspectives on Business and Management* (Vol. 2, Issues 13–21). R. S. Hancock. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1572543025452826496>
- Rachmasari, A., & Dkk. (2023). Pengaruh religiusitas, faktor sosial ekonomi, dan faktor teknologi terhadap minat penggunaan linkaja syariah pada generasi z di kabupaten bondowoso. *JABAH: Indonesian Journal of Sharia Economics, Business and Halal Studies*, 1(1), 57–70.
- 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>
- Rahmi, S., Ilyas, G. B., Tamsah, H., & Munir, A. R. (2022). Perceived risk and its role in the influence of brand awareness on purchase intention: study of Shopee users. *Jurnal Siasat Bisnis*, 26(1), 97–109.
<https://doi.org/10.20885/jsb.vol26.iss1.art7>
- Rais, M., Khairi, H., & Hidayat, F. (2023). Pengaruh Teknologi Digital , Religiusitas , Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah Influence Of Digital Technology , Religiosity , And Social Media On The Decision Of Generation Z To Invest In Sharia Stocks. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2), 342–355.
<https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.7178>
- Ramadhani, A. S., & Rrejekiningsih, T. W. (2023). *NALISIS MINAT PENGGUNAAN APLIKASI LINKAJA SYARIAH PADA GENERASI Z DI KOTA SEMARANG*. Universitas Diponegoro.
- Safriatullah, Auliadi, R., Amrullah, Nurmalawati, & Jais, M. (2025). Tantangan Implementasi AI di Perbankan Syariah : Perspektif Regulasi dan Etika. *URNAL ILMIAH GURU MADRASAH (JIGM)*, 4(1), 34–51.
- Sahrani. (2023). MODERASI BERAGAMA DALAM PERBANKAN SYARIAH : EVALUASI NILAI-NILAI AGAMA TERHADAP PREFERENSI. *BANCO : Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 120–133.
- Saputra, F. (2024). Dorong Kinerja, LinkAja Bakal Fokus Optimalkan Ekosistem BUMN. *KONTAN.CO.ID*.
- Sari, M., & Harahap, S. (2025). TRANSENDENSI UANG DALAM ERA DIGITAL: PENGARUH CASHLESS EFFECT DAN KONSUMSI IMPULSIF GENERASI FINTECH SYARIAH. *JAKIS: Jurnal Akuntansi*

- Dan Keuangan Islam*, 13(2), 176–195.
- Sholehuddin, M. (2026). EKOSIANA : Jurnal Ekonomi Syariah Analisis Tingkat Kesadaran Hukum Nasabah Terhadap Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Transaksi Di Lembaga Keuangan Syariah. *EKOSIANA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 13(1), 1–22.
- Siahaan, M. (2024). *Generasi Z di Indonesia*. Statista.
- Singh, N., & Sinha, N. (2020). How perceived trust mediates merchant's intention to use a mobile wallet technology. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101894>
- siti chamidah, dwi warni wahyuningsih, sri hartono. (2022). *the Effect of Risk Perceptions and Benefits Perceptions on*. 2022, 2296–2304.
- Slovic, P., & Weber, E. U. (2002). *Perception of Risk Posed by Extreme Events*. In: *Risk Management Strategies in an Uncertain World*. Palisades Publishing.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kwantitatip, Kwalitatip dan R & D*. PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantatif dan R & D*, Al Fabeta,. In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantatif dan R & D*, Al Fabeta,. CV. Alfabeta.
- Sulistiawati, T., Yansyah, D., & Maleha, N. Y. (2025). Analisis Persepsi Risiko Dalam Layanan Digital Banking Di Indonesia : Tantangan Dan Solusi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 4(1), 223–232.
- Syabila, N. A., & Khasanah, I. (2023). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT, DAN RISIKO TERHADAP MINAT BERKELANJUTAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pengguna GoPay di Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 12(1), 1–15.
- Torano, S. R., & Kharie, S. M. (2023). Adz Dzahab Analisis Perilaku Masyarakat Dalam Mengadopsi Layanan Perbankan Syariah : Pendekatan Theory Of Reasoned Action (Tra) Adz Dzahab. *Adz Dzahab Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(2), 199–210.
- UMSIDA. (2024). *LinkAja Syariah: Solusi Praktis Pembayaran Digital yang Patuh Syariah*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Urba, M., Ramadhani, A., Afriani, A. P., & Suryanda, A. (2024). Generasi Z : Apa Gaya Belajar yang Ideal di Era Serba Digital ? *DIAJAR: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(1), 50–56.
- Utama, K. L., & Hayati, B. (2024). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah pada Generasi Z Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 2244–2254.

- 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.
- Wulandari, E., & Septiani, M. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan , Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet. *JURNAL EKONOMINA*, 3, 87–95.

