

PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEDIASI MINAT MENGGUNAKAN LINKAJA SYARIAH

Paryono
Universitas Islam Negeri Sunan Kudus
paryono0304@gmail.com

Kharis Fadlullah Hana
Universitas Islam Negeri Sunan Kudus
kharis@iainkudus.ac.id

Article History

Received:
10th July 2025

Accepted:
5th September 2025

Published:
19th December 2025

Abstract

This study aims to investigate of usability, convenience, security and service features as factors on the interest in using the LinkAja Syariah e-wallet mediated by trust. Rapid technological developments have resulted in the growth of new innovations such as digital wallets. Indonesia is a country with the highest digital wallet users. This study involved the people of Kudus City who use the LinkAja Syariah e-wallet. The method used in this study is a quantitative approach. The data collection process used a questionnaire and data analysis techniques using the SmartPLS3 application. The research findings show that the independent variables of usability, convenience, security and service features have a positive effect on interest in using. Then trust also has a direct positive effect on interest in using. The results of hypothesis testing do not directly show the role of trust as a mediator of usability, convenience, security and service features have a positive effect on interest in using. This study provides an overview that the people of Kudus City use the LinkAja Syariah e-wallet influenced by usability, convenience, security and service features with high trust.

Keywords: Usability, Convenience, Security, Service Features, Trust

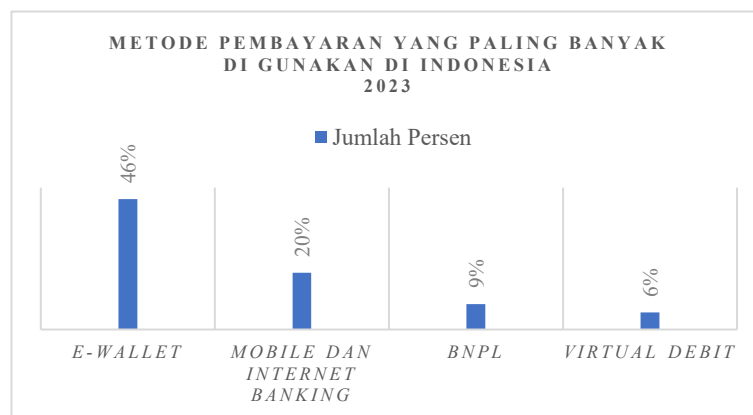
A. PENDAHULUAN

Berjalannya waktu globalisasi berkembang sangat pesat, contohnya di bidang teknologi dan informasi (Panggabean et al., 2023), (Giovanni Inez Erika Margaretha, 2023). Era di mana teknologi adalah sebuah bagian dari manusia itu sendiri. Berkembangnya teknologi memungkinkan untuk mengurangi kesenjangan pada manusia dan masalah ekonomi yang akan datang nantinya (Subandowo, 2022). Kemajuan teknologi yang pesat ini, didorong adanya sebuah internet. Internet adalah sebuah jaringan yang berfungsi penghubung satu orang dengan orang lainnya dengan

memberikan informasi, berbagai sarana *entertainment* dan komunikasi (Margareta Vera Lema, 2024), (Ahmad Saroji, Triana Harmini, 2021). Penggunaan internet berkembang pesat dari tahun ketahun. Hasil data dari *We Are Social* bulan januari 2024, jumlah pengguna internet di dunia sebanyak 5,35 miliar atau bisa di sebut 66,2% dari populasi dunia (Maharama & Kholis, 2018). Sedangkan pengguna internet di indonesia tahun 2025 dalam prediksi Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet RI capai 231 Juta (Jatmiko, 2025).

Bertambahnya penggunaan internet di indonesia, membuat manusia memunculkan inovasi dan ide-ide baru, salah satunya di sarana elektronik yaitu sebuah *e-wallet*. Berbisnis dengan memanfaatkan internet akan memperoleh keuntungan yang banyak salah satunya biaya oprasioanal murah dan jangkauan pasar yang luas dan mudah (Maharama & Kholis, 2018). *E-wallet* merupakan sebuah aplikasi, media elektronik atau dompet digital yang dapat menyimpan uang virtual dan digunakan sebagai alat pembayaran, transaksi atau layanan jasa dengan berbasis internet (Kesuma & Nurbaiti, 2023), (Abrilia & Sudarwanto, 2020) Penggunaan *e-wallet* di indonesia paling tertinggi dari negara lainnya.

Gambar 1. Metode Pembayaran

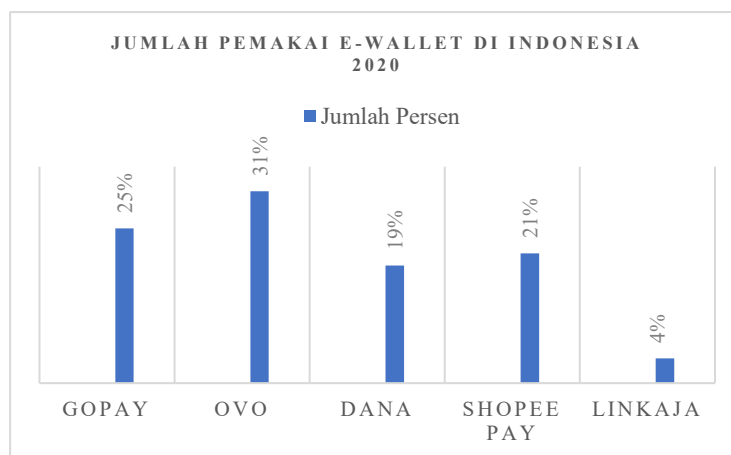


Sumber : GoodStats 2023

Walaupun statistik mengatakan hampir setengah dari masyarakat Indonesia memakai *e-wallet* sebagai metode pembayaran digital, yang dimana menyentuh angka 46%. Posisi kedua ditempati *mobile* dan *internet banking* dengan menyentuh angka 20%. Posisi ketiga diduduki oleh BNPL (*Buy Now, Pay Later*) yang menyentuh angka 9%, dan posisi terakhir diduduki oleh virtual debit dengan angka 6%. Perkembangan penggunaan *e-wallet* sangat pesat saat adanya peristiwa *covid-19* (Rangkuty & Universitas, 2021), (Laela Nur Janah, 2022). Kebutuhan konsumen saat adanya *covid-19* sangat berubah drastis. Dalam upaya pencegahan *covid-19* diantaranya dilarang keluar rumah yang dimana beralihnya pilihan metode pembayaran *online* melalui berbagai macam *e-wallet* (Aulia, 2020).

Pada masa pandemi *covid-19* mempercepat perubahan dalam persepsi dan perilaku konsumen saat melakukan segala aktifitas dari *offline* ke *online* (Indriyani & Sartika, 2022). Hal tersebut yang menjadi pendorong masyarakat indonesia banyak menggunakan *e-wallet*. Penggunaan *e-wallet* kini mendominasi dan mengalahkan total pemakai kartu kredit. Dalam data *RedSeer*, transaksi *e-commerce* di indonesia yang menggunakan *e-wallet* kurang lebih 29% (Muxsa, Muhammad Zulhilmi, 2024). Beberapa *e-wallet* seperti, OVO, DANA, GoPay, ShopeePay dan LinkAja penggunaannya semakin meningkat apalagi dikalangan mahasiswa. Akan tetapi banyak tantangannya seperti kegagalan transaksi ataupun *cyber crime* (Sulistiowati, 2024). *E-wallet* juga menawarkan beberapa manfaat yang diantaranya kemudahan, keamanan, dan promo yang menarik (Alhusna et al., 2024).

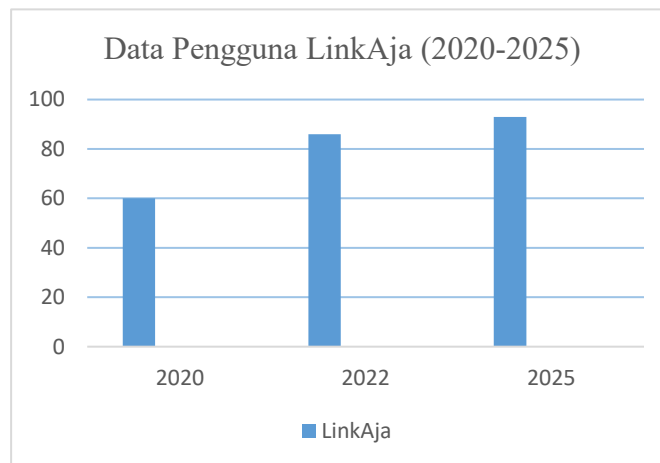
Gambar 2. Jumlah pemakai e-wallet



Sumber : GoodNews 2020

Statistik menggambarkan beberapa produk *e-wallet* yang diantaranya, GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, dan LinkAja. LinkAja mendapat peringkat terbawah dari *e-wallet* lainnya yaitu 4% dengan pengguna masyarakat di indonesia. Pada tahun 2020 LinkAja digunakan 60 juta pengguna dan di tahun 2022 meningkat menjadi 86 juta pengguna, sedangkan pada tahun 2025 penggunaan LinkAja sebanyak 93 juta (Sulistiowati, 2024). GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, dan LinkAja merupakan *e-wallet* terbesar yang menjadi kompetitor di indonesia (Hasyim et al., 2023). LinkAja merupakan salah satu layanan yang cukup potensial untuk berkembang lebih besar lagi (Hasyim et al., 2023), (Firdausi & Ardyansyah, 2023).

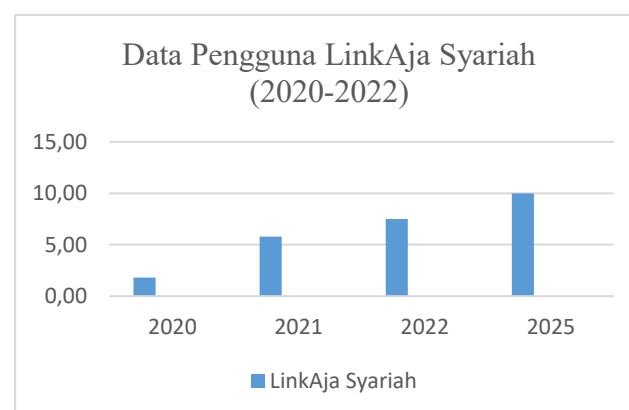
Gambar 3. Data Pengguna LinkAja (2020-2025)



Sumber: LinkAja (akses 24 Maret 2025)

LinkAja memberi kejutan kepada kompetitor lainnya dengan meluncurkan layanan baru yang berbasis syariah (Safira et al., 2022), (Lusiana et al., 2021). Layanan syariah tersebut merupakan layanan pertama kali di Indonesia yang berbasis *e-wallet* (Andriyaningtyas, Irma, Muhammad Adam, 2021). LinkAja akan menambah pangsa pasarnya karena Indonesia memiliki penduduk mayoritas muslim. LinkAja Syariah terdapat layanan baru seperti pembayaran transportasi publik, seperti LRT Sumsel, dan pembayaran rumah sakit dengan memenuhi standar syariah (U. Hasanah et al., 2021). Layanan LinkAja Syariah sudah digunakan kurang lebih 1,8 juta pengguna data akhir Januari 2021 dan akan terus bertambah (U. Hasanah et al., 2021). Pada akhir tahun 2021 jumlah pengguna mencapai 5,8 juta dan pada tahun 2022 bulan Juli jumlah naik menjadi 7,5 juta pengguna. Pada tahun 2025 jumlah pengguna sudah mencapai 10 juta pengguna lebih.

Gambar 4. Data Pengguna LinkAja Syariah (2020-2025)



Sumber: LinkAja (akses 24 Maret 2025)

Penambahan layanan Syariah seharusnya LinkAja memiliki segmen yang besar dan bisa mengalahkan kompetitor lainnya. Pengguna LinkAja masih di bawah kompetitornya yaitu GoPay, OVO, dan Dana (Furqon et al., 2021). Sedangkan penduduk di Indonesia, yakni sekitar 270 juta

jiwa, dimana 87% penduduknya beragama islam dimana ada peluang besar untuk memperluas *market share*-nya (Parwati, 2021). Banyaknya pesaing penggunaan dompet digital tidak lepas dari tingkat penerimaan masyarakat dalam penggunaan teknologi atau biasa disebut dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) (Syabila, 2023). Teori TAM adalah sebuah model teori layanan informasi yang dikembangkan oleh Davis untuk mengetahui apakah suatu teknologi tertentu dapat diterima dan digunakan oleh pengguna (Hamid et al., 2016). Didalam teori tersebut terdapat faktor-faktor tertentu terhadap suatu penerimaan teknologi baru oleh seseorang yaitu kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*), dan persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*).

Faktor lainnya yang memiliki faktor dalam suatu penerimaan teknologi adalah faktor keamanan (Putri et al., 2022). Dalam sebuah teknologi hal yang paling utama adalah keamanan (Harahap et al., 2023). Dalam konteks teknologi yang berhubungan dengan internet, keamanan merupakan faktor yang sangat penting untuk membangun kepercayaan (Fahrezi et al., 2022). Keamanan adalah kemampuan *fintech* dalam penjagaan data dan privasi pengguna (Desi Wahyuningsih, 2022). LinkAja Syariah harus dapat menjamin keamanan bagi penggunanya. Didalam sebuah teknologi terdapat sebuah fitur yang dapat diakses atau digunakan oleh konsumen (Kurnianingsih et al., 2022). Fitur layanan dalam sebuah teknologi khususnya *e-wallet* sangatlah penting (Pringgadini, 2022). Fitur adalah komponen yang bisa menambah fungsi suatu produk (Prastiwi, 2020). Fitur bisa menjadikan alasan konsumen dalam memilih suatu produk. Fitur layanan merupakan salah satu inovasi untuk mengembangkan produk atau produk baru dalam aplikasi tersebut (Mufidah & Alrasyid, 2025). LinkAja Syariah memiliki sebuah fitur baru yaitu layanan syariah dan sebagai *e-wallet* pertama kali yang menggunakan layanan syariah. Dalam hal ini peran kepercayaan turut serta menjadi faktor penentu pengguna dalam menggunakan suatu teknologi. Oleh karena itu, kepercayaan dapat dikatakan penting bagi suatu layanan keuangan yang pada dasarnya melibatkan suatu keamanan dan sebuah fitur layanan dalam *e-wallet*.

Kepercayaan adalah sebuah pengetahuan yang dimiliki konsumen dari kesimpulan yang di buat konsumen mengenai objek atau manfaatnya (Masiaga et al., 2022). Kepercayaan terhadap sesuatu adalah persepsi konsumen yang dimana kepercayaan dari konsumen satu dan lainnya berbeda. Kepercayaan merujuk pada keyakinan konsumen dari janji-janji yang diberikan oleh perusahaan (Pringgadini, 2022). Dengan meningkatnya kekhawatiran tentang kegunaan, kemudahan, keamanan privasi dalam transaksi digital dan fitur layanan terhadap suatu teknologi kepercayaan menjadi elemen penting yang dapat menentukan keberhasilan adopsi layanan ini. Oleh karena itu penelitian ini akan menguji apakah kepercayaan berhasil dalam memediasi faktor-faktor tersebut.

Hampir semua penelitian di atas mengulas mengenai faktor yang memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan LinkAja Syariah. Akan tetapi yang berbeda dalam penelitian ini dilakukan dengan mengadopsi variable-variabel pengaruh dalam penelitian terdahulu. Penelitian ini menguji empat variabel independent yaitu variabel kegunaan, kemudahan, keamanan, dan fitur layanan dengan variabel dependen yaitu minat menggunakan dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Selain itu, penelitian ini menawarkan kebaharuan penelitian yang dimana menambah variabel kepercayaan sebagai intervening dan studi kasus masyarakat di kota kudu.

Penelitian ini untuk mengetahui sekaligus memahami preferensi dan kebutuhan masyarakat terhadap penggunaan dompet digital di era *modern*. selain itu, juga dapat memberikan gambaran bagi perusahaan untuk digunakan sebagai bahan evaluasi, improvisasi dan inovasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi penyedia layanan *e-wallet* dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan minat pengguna. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi akademisi dan peneliti lain yang tertarik dalam bidang keuangan digital dan perilaku konsumen.

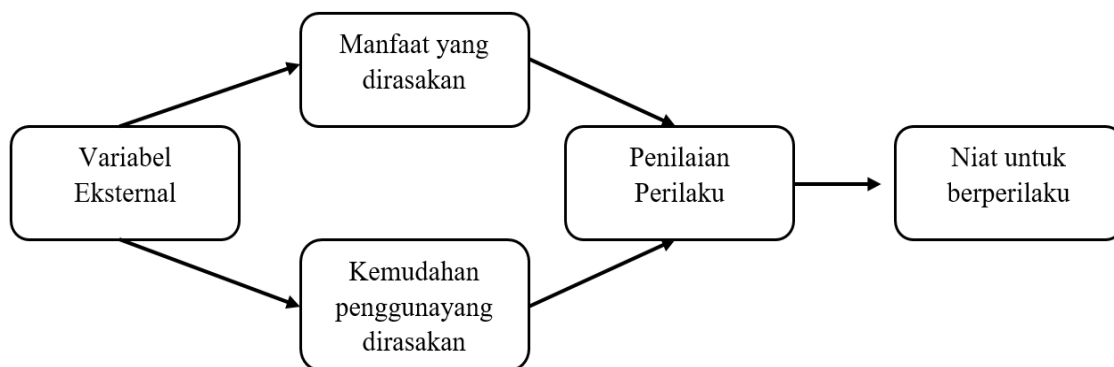
B. KAJIAN/TINJAUAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori yang diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen (1980) (Fatmawati, 2015). *Technology Acceptance Model* (TAM) dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1985 (Davis, 1987). *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan tombak analisis yang digunakan untuk mengetahui sikap penerimaan pengguna terhadap teknologi yang baru (Silva, 2015). TAM adalah semacam teori yang menggunakan teori perilaku (*behavioral theory*) yang sering digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi (Fatmawati, 2015). Tujuan utama TAM yaitu menjelaskan mengenai penentuan penerimaan komputer secara umum dan memberikan edukasi mengenai perilaku atau sikap pengguna dalam suatu populasi (Davis, 1987). TAM memiliki tiga variabel yang memengaruhinya seperti persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) (Fatmawati, 2015) (Nofita & Sebastian, 2022) dan preferensi pengguna terhadap penerimaan teknologi (*Acceptance of IT*) (Agus Mulyanto, Sumarsono, Thaqibul Fikri Niyartama, 2020). TAM memberikan bukti untuk mengetahui pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan penggunaannya. Model TAM merancang bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru. Ciri khas dari model TAM yaitu sederhana namun bisa memprediksi penerimaan dan penggunaan teknologi. Penggunaan TAM dalam

penelitian tentang penerimaan penerapan teknologi sudah dilakukan oleh beberapa peneliti dari berbagai negara dengan penerapan teknologi menguji keakuratan TAM (Tangke, 2004). Berdasarkan pemaparan tersebut, pada penelitian ini teori *Technology Acceptance Models* (TAM) mampu menjelaskan bahwa minat adopsi teknologi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemudahan, kegunaan, keamanan, fitur layanan dan kepercayaan. Teori *Technology Acceptance Models* (TAM) juga memberikan gambaran lengkap mengenai bagaimana seseorang bereaksi terhadap *acceptance* teknologi.

Gambar 5. *Technology Acceptance Model* (TAM)



Minat

Minat merupakan tindakan perbuatan suatu kegiatan yang tidak selalu diperlukan untuk memenuhi kebutuhan seiring waktu dalam waktu kerja (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021). Minat adalah sebuah keinginan seseorang dalam memilih sesuatu keputusan yang akan diambil. Simora (2013) menyatakan minat menggunakan muncul karena adanya stimulus positif mengenai sebuah produk sehingga meningkatkan motivasi seseorang terhadap suatu produk (Siregar et al., 2024). Minat penggunaan merupakan perilaku konsumen untuk membeli suatu produk atau mengambil keputusan pembelian yang diukur dengan tingkat kecenderungan konsumen dalam melakukan pembelian (Kesuma & Nurbaiti, 2023). Menurut (Ledesman, (2018) yaitu minat diukur dengan minat seseorang dalam membeli ataupun menggunakan produk (Minat Transaksional), minat seseorang untuk memberikan rekomendasi kepada orang tentang suatu produk (Minat Referensial), minat yang memiliki kesan perilaku seseorang untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan produk yang diinginkan (Minat Eksploratif). Minat menggunakan sebuah teknologi dapat dipengaruhi beberapa faktor yaitu kegunaan, kemudahan dan manfaat yang dirasakan serta faktor lain seperti keamanan dan fitur layanannya. Oleh karena itu, *Technology Acceptance Model* (TAM) digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh kegunaan, kumudahan, keamanan dan fitur layanan pada penilaian perilaku seseorang dalam menimbulkan niat pengguna dalam menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah.

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Afandi et al., (2021) menunjukkan bahwa kegunaan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Didukung oleh penelitian Utami, (2021) yang memberikan hasil bahwa kegunaan mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet*. Terdapat dua ide yang bisa memengaruhi penerimaan pengguna terhadap teknologi salah satunya kegunaan (Davis, 1987). Kesimpulannya bahwa minat seseorang dipengaruhi oleh kegunaan suatu *e-wallet*. Minat menggunakan semakin tinggi jika seseorang mendapatkan manfaat dan memudahkan dalam aktivitasnya. Oleh sebab itu, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Variabel kegunaan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah.

Hasyim et al., (2023) menyatakan suatu kemudahan dalam sebuah *e-wallet* memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan. Penelitian ini didukung Nadhilah & Hasanah, (2022) yang memberikan hasil bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Menurut Siregar et al., (2024) kemudahan yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi dan sistem informasi mempermudah dan membutuhkan sedikit usaha. Kesimpulannya, suatu *e-wallet* yang memberikan kemudahan dalam pemahaman pengguna akan meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan *e-wallet*.

H2: Variabel kemudahan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah.

Penelitian yang dilakukan Umaningsih, Wahyu Prastiwi, (2020) menyatakan bahwa suatu keamanan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *e-money*. Pendapat ini didukung oleh pendapat Robaniyah & Kurnianingsih, (2021) bahwa keamanan sangat berpengaruh positif terhadap *e-wallet*. Oleh itu seseorang akan melihat keamanan sebuah *e-wallet* dalam menjaga data diri dan dalam melakukan transaksi.

H3: Variabel keamanan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah.

Penelitian Abrilia & Sudarwanto (2020) menyatakan fitur layanan dalam sebuah *fintech* memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Hal ini didukung juga oleh penelitian Endriyanto & Islam, (2022) bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap *e-wallet* LinkAja. Seseorang akan melihat fitur layanan yang ditawarkan *e-wallet* memiliki keunggulan atau keunikan dari *e-wallet* lainnya.

H4: Variabel fitur layanan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah.

Pringgadini (2022) dalam penelitiannya bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Didukung juga oleh Z. Hasanah & , Ridhwan (2024) dalam penelitiannya mengatakan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Hal yang paling penting dalam suatu *fintech e-wallet* yaitu membuat seseorang mempercayainya. Kepercayaan tersebut bisa dibangun dengan hal positif yang diberikan oleh *fintech* itu sendiri.

H5: Variabel kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah.

Penelitian yang dilakukan Jamiah et al., (2022) megatakan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan kepercayaan juga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kebalikan dengan penelitian Siregar et al., (2024) bahwa kepercayaan memiliki pengaruh tidak terbukti memperkuat atau memperlemah hubungan antara kemudahan penggunaan Gojek dan minat menggunakannya. Kegunaan akan menimbulkan sebuah kepercayaan jika telah dirasakan manfaatnya yang menjadikan seseorang akan minat menggunakannya. Karena itu peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: Variabel kegunaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah melalui kepercayaan.

Dalam penelitian yang dilakukan Lalu Agustino, Ujianto (2021) menyatakan bahwa pengaruh persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan melalui kepercayaan. Penelitian itu didukung oleh Novitawati & Algifari (2023) kemudahan dapat berpengaruh langsung terhadap minat menggunakan *e-wallet* dan bisa berpengaruh tidak langsung terhadap minat menggunakan *e-wallet* melalui kepercayaan.

H7: Variabel kemudahan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah melalui kepercayaan.

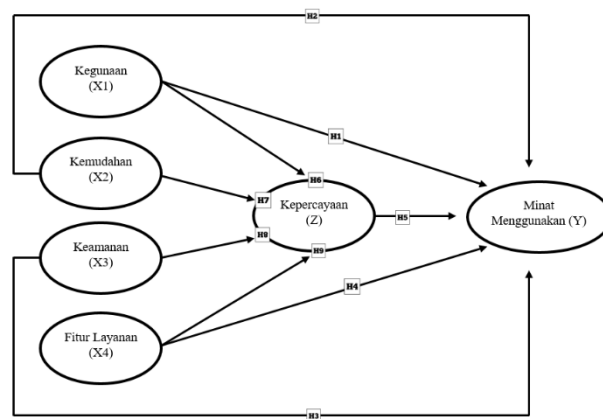
Penelitian yang dilakukan Jamiah et al., (2022) menyatakan kepercayaan dapat memediasi keamanan terhadap minat menggunakan pada *E-Wallet* GoPay. Didukung oleh Tatia Nurdiana (2025) keamanan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan melalui kepercayaan. Keamanan merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah *e-wallet* untuk menumbuhkan kepercayaan pengguna.

H8: Variabel keamanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah melalui kepercayaan.

Tatia Nurdiana (2025) dalam penelitiannya mengatakan bahwa fitur layanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *e-wallet*. Sedangkan Kurnia et al., (2024) studi pada generasi Z di Bekasi menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan. Penelitian yang dilakukan Muhammad Ananda Rizaldi, (2021) bahwa fitur layanan yang inovatif, mudah digunakan, dan sesuai kebutuhan pada akhirnya akan membangun sebuah kepercayaan pengguna. Kepercayaan terbentuk dari pengalaman positif terhadap fitur layanan kemudian menjadikan seseorang minat untuk menggunakan *e-wallet*. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H9: Variabel fitur layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah melalui kepercayaan.

Gambar 6. Model Penelitian



C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya berdasarkan analisis data numerik (Yam & Taufik, 2021). Metode kuantitatif dijelaskan sebagai pendekatan penelitian yang sistematis, terencana dan terstruktur (Sugiono, 2013). Penelitian ini tergolong ke dalam penelitian asosiatif kausal, yang menguji hubungan sebab akibat antara variabel independen kegunaan, kemudahan, keamanan, dan fitur layanan, variabel mediasi kepercayaan dengan variabel dependen yakni minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah. Pada penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan langsung dengan menyebarkan kuesioner dengan teknik pengukuran skala likert 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 4 (sangat setuju). Penelitian ini populasi yang diambil adalah masyarakat Kota Kudus. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pemilihan sampel yang dilandaskan pada beberapa kriteria sesuai yang dibutuhkan dalam penelitian (Sugiono, 2013). Adapun kriteria dalam penelitian

ini yaitu masyarakat kota Kudus yang menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah dengan lama penggunaan satu bulan lebih.

Populasi pada riset ini adalah populasi tidak terbatas atau jumlahnya yang tidak bisa dihitung secara keseluruhan, sehingga penentuan jumlah sampel menggunakan Rumus Lameshow. Rumus Lemeshow merupakan rumus yang digunakan untuk mengetahui jumlah sampel yang tidak diketahui (Sugiono, 2013). Oleh karena itu, dalam penelitian ini, ukuran sampel yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ atau } 100$$

Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh $n = 96,04$ maka dengan demikian digunakan sampel yang akan mewakili populasi dalam penelitian ini adalah minimal sebanyak 100 responden.

Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini pengukuran variabel dibagi menjadi 3 bagian yakni variabel independen (X) yaitu kegunaan, kemudahan, keamanan, dan fitur layanan, variabel mediasi yaitu kepercayaan (Z), dan variabel dependen (Y) yaitu minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah. Adapun daftar definisi operasional dan indikator pada setiap variabel yakni sebagai berikut:

Tabel 1: Definisi Operasional dan Indikator

Variabel	Defisi Operasional	Indikator	Referensi
Kegunaan (X1)	Kegunaan yang dirasakan dalam menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. LinkAja Syariah dapat mempercepat pekerjaan. 2. LinkAja Syariah sangat bermanfaat dalam membantu pekerjaan. 3. LinkAja Syariah efektif dalam transaksi non tunai. 4. LinkAja Syariah ini membantu menjadikan pekerjaan lebih mudah. 5. Percaya saat menggunakan LinkAja Syariah bisa meningkatkan kinerja. 	(Afandi et al, 2021)

Variabel	Defisi Operasional	Indikator	Referensi
Kemudahan (X2)	Tingkat kemudahan pengguna dalam memahami, mengakses, dan menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. LinkAja Syariah mudah dipelajari. 2. LinkAja Syariah mudah dipahami. 3. LinkAja Syariah sangat fleksibel. 4. LinkAja Syariah mudah digunakan. 5. LinkAja Syariah mempermudah dalam pembayaran. 	(Davis, 1987)
Keamanan (X3)	Persepsi pengguna terhadap keamanan data pribadi dan transaksi saat menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. E-wallet LinkAja Syariah aman digunakan. 2. Saldo LinkAja Syariah tidak mudah di curi. 3. Keamanan LinkAja Syariah dijamin oleh bank. 4. Informasi dilindungi oleh LinkAja Syariah. 5. LinkAja Syariah memberikan bukti transaksi melalui nomor resi pengiriman. 	(Waspada, 2012)
Fitur Layanan (X4)	Inovasi terbaru di dalam <i>e-wallet</i> yang memiliki keunggulan dari produk LinkAja Syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah mencari informasi mengenai produk atau jasa LinkAja Syariah. 2. Akses informasi LinkAja Syariah sangat mudah. 3. LinkAja Syariah memenuhi kebutuhan pengguna. 4. Fitur layanan LinkAja Syariah lengkap sesuai. 5. LinkAja Syariah melakukan layanan lebih baik. 	(Abdulai, 2024)
Kepercayaan (Z)	Tingkat keyakinan pengguna terhadap keandalan layanan dan reputasi dari <i>e-</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. LinkAja Syariah memiliki niat baik dalam memberikan layanan. 2. LinkAja Syariah memiliki teknologi yang memadai. 3. LinkAja Syariah selalu jujur dalam menyampaikan informasinya. 4. Nyaman menggunakan LinkAja Syariah dalam melakukan transaksi. 	(Kelvin & Lane Keller, 2017)

Variabel	Defisi Operasional	Indikator	Referensi
	<i>wallet</i> LinkAja Syariah.	5. LinkAja Syariah akan memenuhi janji mereka kepada pengguna.	
Minat Menggunakan (Y)	Keinginan pengguna untuk terus menggunakan dan merekomendasikan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah di masa depan.	1. Tertarik menggunakan LinkAja Syariah. 2. LinkAja Syariah memenuhi kebutuhan dalam bertransaksi. 3. Merekomendasikan LinkAja Syariah kepada orang lain. 4. Mencari informasi tentang fitur dan manfaat LinkAja Syariah sebelum menggunakannya. 5. Mencari ulasan atau testimoni tentang LinkAja Syariah di internet.	(Ledesman, 2018)

Metode Analisis Data

Analisis data riset ini menggunakan pendekatan *structural equation partial least square (SEM-PLS)* dengan memakai *software SmartPLS3*. Selanjutnya di samping itu, pengujian hasil kuesioner ataupun angket menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square (PLS)*. *SEM-PLS* merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel dalam model konseptual dengan tujuan menganalisis hubungan antar variabel dan menguji hipotesis (Waleleng et al., 2024). Serangkaian uji yang penelitian ini yakni menggunakan dua model untuk pengukuran evaluasi. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan *Outer Model*, pengujian kualitas dilakukan dengan *Inner Model* (Hair et al., 2017)

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* LinkAja Syariah di Kota Kudus dengan usia antara 17 - 33 tahun. Pengumpulan responden dilakukan dengan kuesioner *Google Form* yang disebarkan secara online melalui WhatsApp Pribadi, WhatsApp Grup, dan Instagram. Jumlah responden yang berhasil dikumpulkan yakni sebanyak 110 responden, sehingga sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah 110 sampel. Berikut ini adalah karakteristik responden yang digunakan untuk penelitian ini:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Total	Persentase
Laki-Laki	34	30,91%
Perempuan	76	69,09%

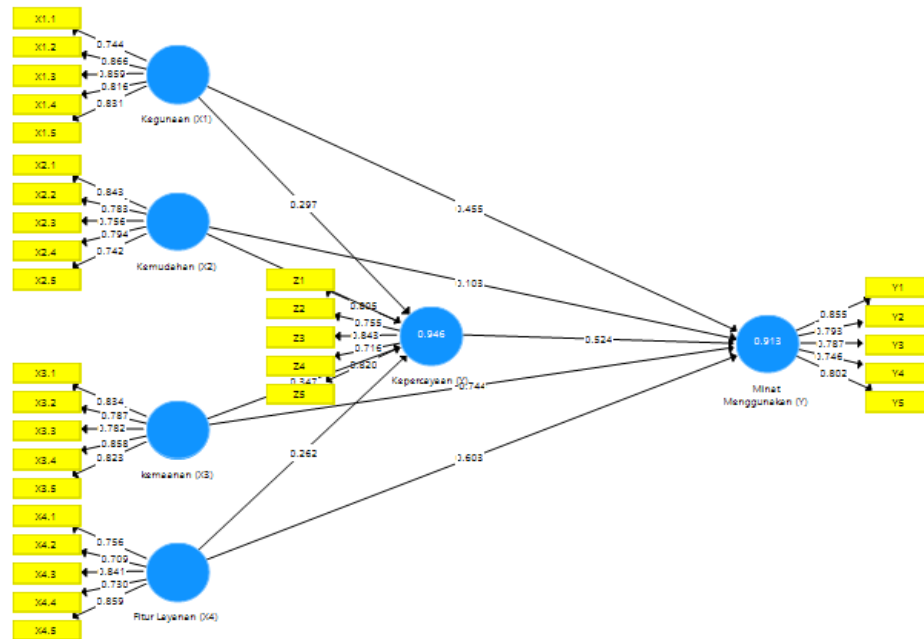
Umur		
17-20	48	43,64%
21-24	32	29,09%
25-29	18	16,36%
30-33	12	10,91%
Kecamatan di Kota Kudus		
Kecamatan Bae	25	22,73%
Kecamatan Dawe	8	7,27%
Kecamatan Jati	20	18,18%
Kecamatan Jekulo	9	8,18%
Kecamatan Mejobo	9	8,18%
Kecamatan Kaliwungu	6	5,45%
Kecamatan Kota Kudus	22	20,00%
Kecamatan Undaan	7	6,36%
Kecamatan Gebog	4	3,64%
Status		
Pelajar/Mahasiswa	67	60,91%
PNS (Pegawai Negeri Sipil)	14	12,73%
Wiraswasta	10	9,09%
Karyawan Swasta	11	10,00%
Lain-lain	8	7,27%
Lama Menggunakan		
1 Bulan - 12 Bulan	86	78,18%
1 Tahun - 2 Tahun	20	18,18%
2 Tahun - 3 Tahun	4	3,64%
Penghasilan		
< 1 Juta	62	56,36%
1 - 2 Juta	17	15,45%
3 - 4 Juta	19	17,27%
> 5 Juta	12	10,91%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Uji Validitas

Convergent Validity

Gambar 7. Convergent Validity



Tabel 2. Outer Loadings

Variabel	Indikator Variabel	Loading Factor	Signifikansi (> 0,7)
Kegunaan	X1.1	0.744	Valid
	X1.2	0.866	Valid
	X1.3	0.859	Valid
	X1.4	0.816	Valid
	X1.5	0.831	Valid
Kemudahan	X2.1	0.843	Valid
	X2.2	0.783	Valid
	X2.3	0.756	Valid
	X2.4	0.794	Valid
	X2.5	0.742	Valid
Keamanan	X3.1	0.834	Valid
	X3.2	0.787	Valid
	X3.3	0.782	Valid
	X3.4	0.858	Valid
	X3.5	0.823	Valid

Variabel	Indikator Variabel	Loading Factor	Signifikansi (> 0,7)
Fitur Layanan	X4.1	0.756	Valid
	X4.2	0.709	Valid
	X4.3	0.841	Valid
	X4.4	0.730	Valid
	X4.5	0.859	Valid
Kepercayaan	Z1	0.805	Valid
	Z2	0.755	Valid
	Z3	0.843	Valid
	Z4	0.716	Valid
	Z5	0.820	Valid
Minat Menabung	Y1	0.855	Valid
	Y2	0.793	Valid
	Y3	0.787	Valid
	Y4	0.746	Valid
	Y5	0.802	Valid

Sumber: Data Output SmartPLS3, 2025

Menurut Hair et al., (2021) nilai *loading factor* dianggap valid jika $> 0,70$. Tabel 3 menunjukkan bahwa semua indikator dari variabel kegunaan, kemudahan, keamanan, fitur layanan, kepercayaan, dan minat menabung memiliki nilai *loading factor* $> 0,70$, sehingga dinyatakan valid. Hal tersebut mengindikasikan seluruh indikator mampu merepresentasikan variabel secara optimal.

Discriminant Validity

Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 3. Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Signifikansi (> 0,5)
Kegunaan	0.680	Valid
Kemudahan	0.615	Valid
Keamanan	0.668	Valid
Fitur Layanan	0.611	Valid
Kepercayaan	0.623	Valid
Minat Menabung	0.636	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan Avkiran & Ringle (2018) memberikan standar bahwa nilai AVE harus $> 0,5$ untuk dinyatakan valid. Pada tabel 4 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai AVE $> 0,5$. Dalam uji *Discriminant Validity* dengan *Average Variance Extracted (AVE)* sudah terpenuhi. Hal

ini mengindikasikan kontribusi indikator-indikator yang memadai dalam merepresentasikan masing-masing variabel.

UJI KOLINEARITAS MODEL

Collinearity Statistics (VIF)

Tabel 4. *Collinearity Statistics (VIF)*

	VIF		VIF		VIF
X1.1	1.701	X3.1	2.230	Z1	2.525
X1.2	2.612	X3.2	1.920	Z2	2.020
X1.3	2.658	X3.3	1.951	Z3	1.919
X1.4	2.042	X3.4	2.632	Z4	1.596
X1.5	2.137	X3.5	2.388	Z5	1.806
X2.1	2.426	X4.1	1.700	Y1	1.986
X2.2	2.289	X4.2	1.569	Y2	1.844
X2.3	1.761	X4.3	2.440	Y3	2.185
X2.4	2.434	X4.4	1.579	Y4	1.548
X2.5	1.676	X4.5	2.543	Y5	2.009

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Hair et al., (2021) menyatakan bahwa nilai *inner VIF* < 5 menunjukkan tidak ada multikolinier antar variabel. Hasil pengolahan pada tabel 5, menunjukkan bahwa nilai *inner VIF* < 5 , sehingga tingkat multikolinier antar variabel rendah. Hasil ini menguatkan parameter dalam SEM PLS bersifat *robust* (tidak bias).

RELIABILITAS

Composite Reliability

Tabel 5. *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Signifikansi ($> 0,7$)
Kegunaan	0.914	Reliabel
Kemudahan	0.889	Reliabel
Keamanan	0.909	Reliabel
Fitur Layanan	0.886	Reliabel
Kepercayaan	0.892	Reliabel
Minat Menggunakan	0.897	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Hair et al., (2021) menyatakan bahwa nilai *Composite Reliability* dianggap reliabel jika $> 0,7$, sehingga berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Composite Reliability* $> 0,7$ yang berarti seluruh indikator dapat dianggap reliabel.

Cronbach's Alpha

Tabel 6. *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Signifikansi (> 0,7)
Kegunaan	0.881	Reliabel
Kemudahan	0.843	Reliabel
Keamanan	0.876	Reliabel
Fitur Layanan	0.838	Reliabel
Kepercayaan	0.848	Reliabel
Minat Menggunakan	0.856	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 7, *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai > 0,7, sehingga seluruhnya dinyatakan reliabel. Hal ini sesuai dengan standar yang ditetapkan Hair et al., (2021) bahwa nilai *Cronbach's Alpha* harus > 0,7.

Uji Model Struktural

R-Square

Tabel 7. *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>	Signifikansi 0,19 (rendah), 0,33 (moderat), 0,66 (tinggi)
Kepercayaan	0.946	Tinggi
Minat Menggunakan	0.913	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengolahan pada tabel 8, menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kegunaan, kemudahan, keamanan, fitur layanan terhadap kepercayaan sebesar 94,6% (pengaruh tinggi). Kemudian, besarnya pengaruh kegunaan, kemudahan, keamanan, fitur layanan dan mediasi literasi keuangan digital terhadap minat menggunakan sebesar 91,3% (pengaruh tinggi).

F-Square

Tabel 8. *F-Square*

	Minat Menggunakan	Signifikansi 0,02 (rendah), 0,15 (moderat), 0,35 (tinggi)
Minat Menggunakan		
Kegunaan	0.174	Moderat
Kemudahan	0.035	Rendah
Keamanan	0.523	Tinggi
Fitur Layanan	0.362	Tinggi
Kepercayaan	0.172	Moderat

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Hair et al., (2017) menyatakan jika nilai $Q\text{-Square} > 0$ maka model memiliki *predictive relevance*. Hasil pengolahan pada tabel 9, menunjukkan bahwa model memiliki nilai *predictive relevance* yang baik, karena $Q\text{-Square} > 0$.

UJI HIPOTESIS

Pengaruh Langsung

Tabel 9. Pengaruh Langsung

	<i>Path Coefficient</i>	<i>P Values</i>	<i>Keterangan</i>
Kegunaan -> Minat Menggunakan	0.455	0.001	H1 Diterima
Kemudahan -> Minat Menggunakan	0.103	0.037	H2 Diterima
Keamanan -> Minat Menggunakan	0.744	0.000	H3 Diterima
Fitur Layanan -> Minat Menggunakan	0.608	0.000	H4 Diterima
Kepercayaan -> Minat Menggunakan	0.524	0.000	H5 Diterima

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 10, semua hipotesis memiliki $P\text{ Values} < 0,05$ sehingga dianggap signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kegunaan, kemudahan, keamanan, fitur layanan memiliki pengaruh langsung yang kuat terhadap minat menggunakan.

Pengaruh Tidak Langsung

Tabel 10. Pengaruh Tidak Langsung

	<i>Path Coefficient</i>	<i>P Values</i>	<i>Keterangan</i>
Kegunaan -> Kepercayaan -> Minat Menggunakan	0.156	0.003	H6 Diterima
Kemudahan -> Kepercayaan -> Minat Menggunakan	0.056	0.024	H7 Diterima
Keamanan -> Kepercayaan -> Minat Menggunakan	0.182	0.008	H8 Diterima
Fitur Layanan -> Kepercayaan -> Minat Menggunakan	0.137	0.036	H9 Diterima

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 11, hipotesis yang diajukan memiliki $P\text{ Values} < 0,05$ sehingga dianggap signifikan. Hasil pengolahan dapat diinterpretasikan bahwa kepercayaan berperan dalam memediasi pengaruh kegunaan, kemudahan, keamanan, fitur layanan terhadap minat menggunakan.

Pembahasan

Pengaruh Kegunaan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah

Hasil dari analisis penelitian bahwa pengaruh kegunaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah pada masyarakat di Kota Kudus memiliki nilai $P\text{ Values } 0.001 < 0.05$ yang mengartikan memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil ini didukung penelitian Utami, (2021) yang menyatakan kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile payment* Linkaja. Hal itu menunjukkan semakin besar persepsi masyarakat Kota Kudus tentang kegunaan atau kebermanfaatan yang diperoleh maka semakin tinggi ketertarikan masyarakat Kota Kudus untuk menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah. Semakin baik kegunaan dan manfaat sebuah *fintech* akan memengaruhi persepsi seseorang untuk menggunakannya (Utami, 2021). Kegunaan adalah penilaian kebaikan seseorang saat menggunakan suatu *fintech* yang memberikan manfaat dalam hal peningkatan prestasi kerja, menghemat waktu, serta efektif dan efisien (Nabila Zalfa Faridah, 2024). Teori TAM terbukti relevan menjelaskan pengaruh kegunaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* LinkAja Syariah karena pengguna menganggap layanan ini meningkatkan efisiensi transaksi keuangan dengan penyesuaian untuk konteks syariah sebagai nilai tambah kegunaan. Oleh karena itu, penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah di kota Kudus.

Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah

Hasil dari analisis penelitian bahwa pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah pada masyarakat di Kota Kudus memiliki nilai $P\text{ Values } 0.037 < 0.05$ yang mengartikan memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil penelitian ini didukung oleh Afandi et al., (2021) bahwa pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* berpengaruh positif. Semakin mudahnya dalam penggunaan sebuah *fintech* mendorong keinginan seseorang untuk menggunakannya. Hal tersebut menunjukkan semakin besar persepsi masyarakat Kota Kudus tentang kemudahan dalam pengaplikasian *e-wallet* LinkAja Syariah maka semakin tinggi ketertarikan masyarakat Kota Kudus untuk menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah. Persepsi kemudahan penggunaan bisa membuat seseorang dapat menggunakan sebuah *fintech* secara langsung maupun tidak langsung (Soodan & Rana, 2020). Kemudahan merupakan keinginan semua orang dalam melakukan hal apapun. Dalam *Technology Acceptance Model* persepsi kemudahan merupakan salah satu kunci yang menentukan niat seseorang untuk mengadopsi teknologi baru. Seseorang yakin bahwa menggunakan suatu sistem tidak memerlukan usaha besar yang artinya teknologi mudah

digunakan. Oleh sebab itu, teori TAM terbukti relevan dalam menjelaskan pengaruh kemudahan dalam teknologi karena pengguna akan lebih cenderung menilai teknologi itu sangat bermanfaat. Dalam penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah di Kota Kudus.

Pengaruh Keamanan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah

Hasil dari analisis penelitian bahwa pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah pada masyarakat di Kota Kudus memiliki nilai $P\text{ Values } 0.000 < 0.05$ yang mengartikan memiliki pengaruh yang signifikan. Penelitian ini didukung Mahyuni & Nasional, (2022) yang menyatakan bahwa keamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *fintech*. Dalam sebuah teknologi keamanan adalah faktor yang sangat penting bagi pengguna. Pengguna akan selalu memperhatikan keamanan suatu teknologi untuk menjaga privasi yang dimiliki. Keamanan yang dirasakan adalah keyakinan seseorang bahwa informasinya hanya dapat dilihat oleh dirinya saja karena data mereka disimpan dan tidak dapat diakses oleh orang lain (Nabila Zalfa Faridah, 2024). Oleh sebab itu, hasil penelitian ini juga sekaligus menemukan bukti bahwa keamanan dalam *e-wallet* LinkAja Syariah mendorong masyarakat untuk menggunakannya. Keamanan sistem *e-wallet* LinkAja Syariah yang dijamin pada pengguna memiliki pengaruh positif. Dalam teori TAM terbukti bahwa keamanan memengaruhi sikap dan niat pengguna dalam menjamin keamanan dalam transaksi atau pencurian data yang menjadikan minat seseorang untuk menggunakannya. Dalam hal ini, keamanan memengaruhi masyarakat Kota Kudus dalam menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah dalam transaksinya sehari-hari. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah di Kota Kudus.

Pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah

Hasil dari analisis penelitian bahwa pengaruh fitur layanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah pada masyarakat di Kota Kudus memiliki nilai $P\text{ Values } 0.000 < 0.05$ yang mengartikan memiliki pengaruh yang signifikan. Endriyanto & Islam, (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa fitur layanan memiliki pengaruh positif terhadap menggunakan *e-wallet* LinkAja. Pendapat Tjiptono, (2015) bahwa fitur layanan merupakan suatu unsur penting dalam sebuah produk dan jasa yang ditawarkan suatu instansi. Fitur layanan merupakan strategi dasar untuk menarik calon konsumen dan menjadikan pilihan untuk menjadikan produk tersebut sebagai kebutuhan sehari-hari. Semakin banyaknya fitur layanan dalam LinkAja Syariah memudahkan

masyarakat Kota Kudus dalam bertransaksi dan mengakses informasi produk yang mendorong keinginan masyarakat Kota Kudus untuk menggunakannya. Temuan penelitian ini akan berhubungan dengan teori TAM karena berhubungan dengan kegunaan dan kemudahan dalam fitur layanan yang diberikan. Fitur layanan berperan sebagai faktor eksternal dalam teori TAM yaitu kegunaan dan kemudahan yang memperkuat minat pengguna sebuah *fintech*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *e-wallet* linkAja Syariah memiliki fitur layanan yang baik sehingga dapat menarik minat konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keempat bahwa fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah di Kota Kudus.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah

Hasil dari analisis penelitian bahwa pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah pada masyarakat di Kudus memiliki nilai $P\text{ Values } 0.000 < 0.05$ yang mengartikan memiliki pengaruh yang signifikan. Penelitian ini didukung oleh Kurnia Lintang et al., (2024) bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap aplikasi LinkAja Syariah pada Generasi Z Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa yang mempengaruhi minat masyarakat Kota Kudus dalam menggunakan LinkAja Syariah salah satunya bersumber dari kepercayaan setiap masyarakat Kota Kudus. Kepercayaan seseorang dalam menggunakan sebuah *fintech* didasari oleh pengaruh kegunaan, kemudahan, keamanan dan fitur layanan yang menjadikan kepercayaan sebagai pengaruh mediasi. Seseorang akan percaya jika teknologi memiliki kegunaan, kemudahan pengoprasionalnya, jaminan keamanannya, serta inovasi produk yang ditawarkan. Kepercayaan yang baik dan positif bisa memengaruhi minat menggunakan yang tinggi pada pengguna *mobile payment* (Utami, 2021). Dalam penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kelima bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah di Kota Kudus.

Kepercayaan Memediasi Kegunaan Pada Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah

Hasil dari analisis penelitian bahwa pengaruh kegunaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah yang dimediasi kepercayaan pada masyarakat di Kota Kudus memiliki nilai $P\text{ Values } 0.003 < 0.05$ yang mengartikan memiliki pengaruh yang signifikan. Hal tersebut mengidentifikasikan bahwa kepercayaan memediasi kegunaan pada minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah. Semakin banyaknya manfaat kegunaan *e-wallet* akan mendorong masyarakat Kota Kudus untuk lebih percaya pada *e-wallet* tersebut, sehingga hal itu dapat memengaruhi minat

menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah. Peneliti berpendapat bahwa niat menggunakan layanan *fintech payment*, seperti LinkAja Syariah dipengaruhi oleh aspek kegunaan dan juga membutuhkan kepercayaan dari setiap pengguna *platform* tersebut. Penelitian ini didukung oleh Nur Amalia Syabila, (2023) bahwa peran kepercayaan dalam memediasi kegunaan terhadap minat menggunakan GoPay berpengaruh positif. Semakin tinggi penilaian dalam kemudahan penggunaan maka semakin tinggi kepercayaan konsumen dalam niat menggunakan. Hasil penelitian yang dilakukan Widhiaswara & Soesanto, (2020) menyatakan bahwa peran kepercayaan dalam memediasi kegunaan terhadap keputusan pembelian GoFood. Dalam penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keenam bahwa kepercayaan berperan positif sebagai mediasi kegunaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah di Kota Kudus.

Kepercayaan Memediasi Kemudahan Pada Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah

Hasil dari analisis penelitian bahwa pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah yang dimediasi kepercayaan pada masyarakat di Kota Kudus memiliki nilai $P\ Values\ 0.024 < 0.05$ yang mengartikan memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dapat mengartikan bahwa kepercayaan memediasi kemudahan pada minat masyarakat Kota Kudus dalam menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah. Semakin persepsi pengguna terhadap kemudahan sangat tinggi maka semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna. Masyarakat Kota Kudus akan cenderung memilih sebuah *fintech* dengan kemudahan dalam operasionalnya. Hasil ini didukung oleh Gultom et al., (2023) yang menyatakan bahwa peran kepercayaan sebagai mediasi kemudahan terhadap niat penggunaan kontinu *e-wallet*. Dalam penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketujuh bahwa kepercayaan berperan positif sebagai mediasi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah di Kota Kudus.

Kepercayaan Memediasi Keamanan Pada Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah

Hasil dari analisis penelitian bahwa pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah yang dimediasi kepercayaan pada masyarakat di Kota Kudus memiliki nilai $P\ Values\ 0.008 < 0.05$ yang mengartikan memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dapat mengartikan bahwa kepercayaan memediasi keamanan pada minat masyarakat Kota Kudus dalam menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah. Keamanan dalam sebuah *fintech* adalah hal paling riskan dan jaminan yang diberikan sangat penting bagi pengguna. *e-wallet* LinkAja Syariah akan menjamin keamanan data dan informasi penggunanya yang membuat tingkat kepercayaan lebih tinggi. Hasil ini didukung oleh Jamiah et al., (2022) yang mengatakan peran kepercayaan sebagai mediasi

keamanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay. Dalam penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedelapan bahwa kepercayaan berperan positif sebagai mediasi keamanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah di Kota Kudus.

Kepercayaan Memediasi Fitur Layanan Pada Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah

Hasil dari analisis penelitian bahwa pengaruh fitur layanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah yang dimediasi kepercayaan pada masyarakat di Kota Kudus memiliki nilai $P\text{ Values } 0.036 < 0.05$ yang mengartikan berpengaruh yang signifikan. Hal ini dapat mengartikan bahwa kepercayaan memediasi fitur layanan pada minat masyarakat Kota Kudus dalam menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah. Seseorang akan tertarik jika suatu *platform* menawarkan fitur yang inovatif dan tampilan yang menarik (Silvia Nathania Mufidah, Harun Alrasyid, 2025). Fitur layanan yang ditawarkan *e-wallet* LinkAja Syariah mempunyai nilai tersendiri salah satunya adalah layanan syariah. Pengguna akan memilih suatu *fintech* yang memiliki banyak fitur, mudah diakses dan memiliki biaya transaksi yang murah. Hasil penelitian ini didukung oleh Silvia Nathania Mufidah, Harun Alrasyid, (2025) bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan LinkAja Syariah yang dimediasi oleh kepercayaan. Dalam penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kesembilan bahwa kepercayaan berperan positif sebagai mediasi fitur layanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah di kota Kudus.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengaruh kegunaan, kemudahan, keamanan, dan fitur layanan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan. Kemudian kepercayaan sebagai mediasi juga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan secara langsung. Seseorang akan percaya pada sesuatu yang membuatnya terbantu dan meringankan bebannya. Faktor kegunaan, kemudahan, keamanan, dan fitur layanan berpengaruh pada masyarakat Kota Kudus dalam menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah. Selain itu kepercayaan berhasil menjadi mediasi dari kegunaan, kemudahan, keamanan, dan fitur layanan terhadap minat menggunakan. Manfaat, kemudahan dalam pengoprasiannya, jaminan keamanan, dan fitur layanan yang diberikan membuat tingkat kepercayaan masyarakat Kota Kudus tinggi untuk menggunakan *e-wallet* LinkAja Syariah. Karena itu kepercayaan seseorang untuk menggunakan *fintech* bisa dibagi oleh kegunaan, kemudahan, keamanan, dan fitur layanan.

Faktor kegunaan, kemudahan, dan keamanan dalam minat seseorang dalam menggunakan *e-wallet* harus dapat perhatian yang serius mengingat faktor tersebut berpengaruh secara nyata terhadap masyarakat dalam menggunakan *e-wallet*. Masyarakat akan menilai *e-wallet* dari manfaat kegunaannya dan mudah dalam penggunaan serta aman dari hal apapun. Fitur layanan dalam *e-wallet* juga harus diperhatikan karena keempat faktor tersebut secara bersama akan menimbulkan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan *e-wallet*.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan jumlah sampel yang lebih banyak, melibatkan populasi yang lebih beragam, dan memasukkan variabel-variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian ini. Penelitian di masa depan juga dapat menambahkan variabel mediasi lainnya seperti kepuasan maupun variabel lainnya. Hal tersebut agar dapat memperluas pemahaman mengenai faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet*.

Referensi

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006–1012.
- Afandi, A., Fadhillah, A., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Social Science Research*, 1(2), 568–577.
- Agus Mulyanto, Sumarsono, Thaقيبul Fikri Niyartama, A. K. S. (2020). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Pengujian Model Penerimaan Aplikasi MasjidLink. *Semesta Teknika*, 23(1), 27–38. <https://doi.org/10.18196/st.231253>
- Ahmad Saroji, Triana Harmini, M. T. (2021). Sejarah evolusi generasi internet. *Jurnal Lani:Kajian Ilmu Sejarah & Budaya*, 2(2), 65–75.
- Alhusna, S., Samri, Y., Nasution, J., Nurwani, N., William, J., Ps, I. V, Estate, M., Percut, K., Tuan, S., & Serdang, K. D. (2024). Pengaruh Manfaat dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet DANA di UINSU. *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(2), 237–250. <https://doi.org/10.30640/Trending.V2i2.2311>
- Andriyaningtyas, Irma, Muhammad Adam, S. H. (2021). Penerimaan E-Wallet Syariah Linkaja Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Digital Di Indonesia. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 5(4), 534 – 552. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.4772>
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311–324.
- Avkiran, N. K., & Ringle, C. M. (2018). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling : Recent Advances in International Series in Operations Research & Management Science*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-71691-6>
- Davis, F. (1987). *User Acceptance Of Information Systems : The Technology Acceptance Model (TAM)*.

- Desi Wahyuningsih, L. N. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(3), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Endriyanto, R., & Islam, R. I. (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.
- Fahrezi, A., Apriliani, N., Ajjah, N., & Juardi, D. (2022). Keamanan Data dan Transaksi dalam Pemanfaatan Cloud sebagai Service Arief. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(4), 5530–5536.
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan Endang Fatmawati. *Jurnal Iqra'*, 09(01), 1–13.
- Firdausi, F. N., & Ardyansyah, F. (2023). Implementation of Sharia Marketing Strategy as a Solution to Increase Linkaja Syariah Consumer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia Vol., XIII*(1).
- Furqon, M. A., Wulandari, S., & Aurachman, R. (2021). Perbaikan Kualitas Layanan Linkaja Menggunakan Metode Importance Perfomance Competitor Analysis (IPCA). *E-Proceeding of Engineering*, 8(5), 8605–8613.
- Giovanni Inez Erika Margaretha, D. (2023). Peran Inovasi Dan Strategik Manajemen Mendukung Kesiapan Sdm Memasuki Dunia Kerja Dan Usaha Di Era Globalisasi – Revolusi Teknologi 4.0. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(1), 1142–1160.
- Gultom, R., Setyawan, I., & Laksono, R. (2023). Peran kepercayaan dalam memediasi efek persepsi kemudahan dan persepsi nilai digital pada niat penggunaan kontinu e-payment. *MediasTima*, 29(1), 54–70.
- Hamid, A. A., Razak, F. Z. A., Bakar, A. A., & Abdullah, W. S. W. (2016). The Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Continuance Intention to Use E-Government. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 644–649. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00079-4](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00079-4)
- Harahap, A. H., Andani, C. D., Christie, A., & Fauzi, A. (2023). Pentingnya Peranan CIA Triad Dalam Keamanan Informasi dan Data Untuk Pemangku Kepentingan atau Stakholder. *Jurna Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(2), 73–83.
- Hasanah, U., Rusydi, M., Maulana, C. Z., & Azwari, P. C. (2021). Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang : Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) pada Layanan Syariah LinkAja. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial, Dan Sains Vol.*, 10(1), 93–107.
- Hasanah, Z., & , Ridhwan, M. R. (2024). Pengaruh Kemudahan, Kepuasan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Fintech Syariah di Kota Jambi. *Najaba Iqtisod Journal of Islamic Economic and Finance*, 5(2), 63–74.
- Hasyim, F., Syariah, P., Addela, R., Syariah, P., Rahmawati, N. G., & Syariah, P. (2023). Pendekatan TAM dalam Menilai Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah pada Masyarakat Surakarta. *Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(1), 87–100.
- Ilmiah, J., Islam, E., Ilmiah, J., & Islam, E. (2024). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah pada Generasi Z Kota Semarang. 10(02), 2244–2254.

- Indriyani, D., & Sartika, S. H. (2022). Persepsi Generasi Z pada Penggunaan E-wallet selama Pandemi Covid-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(1), 68–74.
- Jamiah, N., Purwanto, H., & Asmike, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada E-Wallet GoPay Di Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4, September, 1–19.
- Jatmiko, L. D. (2025). *Prediksi Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)*.
- Jr, J. F. H., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Magdeburg, O. (2017). *PLS-SEM or CB-SEM : updated guidelines on which method to use Marko Sarstedt*. 1(2).
- Kelvin, K., & Lane Keller, K. (2017). Kotler, Philip and Keller Kelvin Lane. (2016). Marketing Management. (15th global edition) Edinburgh: Pearson Education. (679 pp). *Kasem Bundit Journal*, 18(2), 180–183. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jkbu/article/view/104793>
- Kesuma, P., & Nurbaiti. (2023). Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Medan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(1), 694–703.
- Kurnianingsih, H., Nurtantiono, A., & Hendratmoko, C. (2022). The Effect of Easy Perception, Benefit Perception, Trust, Experience and Risk on the Decision to Use E-Wallet. *International Journal of Multidisciplinary and Current Educational Research (IJMCER)*, 4(2), 2581–7027. www.ijmcer.com
- Laela Nur Janah, S. S. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Penggunaan Dompot Digital Di Indonesia. *Journal of Educational and Language Research (JOEL)*, 1(7), 709–716.
- Lalu Agustino, Ujianto, I. Y. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 401–422.
- Lusiana, N., Wasman, A. M., & Sukardi, D. (2021). Praktik Transaksi Non Tunai Melalui Layanan Syariah Linkaja Pada Ekosistem Keislaman Di Kota Cirebon. *Bilancia*, 15(1), 85–102.
- Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Portal Jurnal Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA)*, 19(2), 203–213.
- Mahyuni, L. P., & Nasional, U. P. (2022). *pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech*. April. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330>
- Margareta Vera Lema, I. P. X. (2024). Peran Media Sosial dalam Katekese guna Membangun Iman di Era Digital. *Jurnal Budi Pekerti Agama Kristen Dan Katolik*, 2(2), 239–250.
- Masiaga, N. R., Worang, F. G., Mandagie, Y., Kota, D. I., Yang, M., Secara, B., Di, O., & Com, L. (2022). Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Manado Yang Berbelanja Secara Online Di Lazada.Com. *Jurnal EMBA*, 10(2), 900–910.
- Muhammad Ananda Rizaldi. (2021). Faktor Determinasi Minat Penggunaan Layanan Linkaja Syariah Pada Masyarakat Jabodetabek. *Journal of Sharia Economics*, 2(2), 120–140. <https://doi.org/10.22373/jose.v2i2.1307>
- Muksa, Muhammad Zuhilmi, S. A. (2024). Determinasi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Dalam Penggunaan Aplikasi Dana. *Maqri'zi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 4(1), 15–33.

- Nabila Zalfa Faridah, R. K. (2024). Peran Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pengaruh Kegunaan, Keamanan, Kemudahan Terhadap Adopsi E-Wallet. *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 55–77. <https://doi.org/10.30606/v6.n2.2024.5>
- Nadhilah, A., & Hasanah, N. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi)*.
- Nofita, M., & Sebastian, D. (2022). Technology Acceptance Models pada Teknologi Digital : Survey Paper. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(2).
- Novitawati, J., & Algifari. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet dan Persepsi Kemudahan Dimediasi oleh Kepercayaan (Kasus Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta). *Business and Accounting Education Journal*, 4(2), 143–154. <https://doi.org/10.15294/baej.v4i2.70526>
- Nur Amalia Syabila, I. K. (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.
- Panggabean, E. F., Yunas, H. A., Taufiqurrahman, & Nurbaiti. (2023). Perkembangan Teknologi E-Business Terhadap Globalisasi Modern Pada Saat Ini. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 132–139. <https://ukitoraja.id/index.php/jumek/article/view/284>
- Pringgadini, S. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan , Perceived Security , Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 574–584. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1774>
- Putri, D. E., Sinaga, O. S., Sudirman, A., Augustinah, F., & Dharma, E. (2022). Analysis of the Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, and Cashback Promotion on Intention to Use E-wallet. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 06(11), 63–75. <https://doi.org/10.51505/ijebmr.2022.61105>
- Rangkuty, D. M., & Universitas. (2021). Apakah Penggunaan E-wallet Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkat di Indonesia? *Prosiding Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia*, 01(01), 251–260.
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53–62. <https://doi.org/10.17509/image.v10i1.32009>
- S.P. Bhatt, K.F. Rabe, N.A. Hanania, C.F. Vogelmeier, M. B., & S.A. Christenson, A. Papi, D. Singh, E. Laws, N. Patel, G.D. Yancopoulos, B. Akinlade, J. Maloney, X. Lu, D. Bauer, A. Bansal, R.M. Abdulai, and L. B. R. (2024). Dupilumab for COPD with Blood Eosinophil Evidence of Type 2 Inflammation. *The New Engl and Journal of Medicine*, 1–10. <https://doi.org/10.1056/NEJMoa2401304>
- Safira, R. E., Noer, D., & Rahmanto, A. (2022). Islamic Branding Experience Dan Customer Citizenship Behaviour Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Linkaja Syariah. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 1–19.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Silva, P. (2015). *Davis ' Technology Acceptance Model (TAM) (1989)*. 205–207. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8156-9.ch013>

- Silvia Nathania Mufidah, Harun Alrasyid, A. S. N. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan Fintech Payment Dengan Behavior Intention Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Generasi Z Pengguna LinkAja Syariah di Indonesia). *Warta Ekonomi*, 8(1), 14–27.
- Siregar, D. F., Putra, R. D., Apriliza, Y., Utara, U. S., & Kepercayaan, T. (2024). Pengaruh kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat menggunakan gojek dengan tingkat kepercayaan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 3298–3319.
- Soodan, V., & Rana, A. (2020). *Modeling Customers ' Intention to Use E-Wallet in a Developing Nation : Extending UTAUT2 With Security* ,. November 2019. <https://doi.org/10.4018/JECO.2020010105>
- Sri Ayu Parwati, S. A. (2021). Penerapan Kriteria Sistem Jaminan Halal HAS 23000 Pada PT. Chiayo Sehat Indonesia. *EKBIS (Ekonomi & Bisnis)*, 9(1), 63–78. <https://doi.org/10.56689/ekbis.v9i1.476>
- Subandowo, M. (2022). Teknologi Pendidikan di Era Society 5 . 0. *SAGACIOUS JURNAL ILMIAH PENDIDIKAN DAN SOSIAL*, 9(1), 24–35.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Issue January).
- Sulistiowati, T. (2024). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Ulang Penggunaan LinkAja. *Universitas Pamulang: Digital Repository*.
- Tangke, N. (2004). Analisa Penerimaan Penerapan Teknik Audit Berbantuan Komputer (Tabk) Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam) Pada Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) RI. *JAK: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(1), 10–30.
- Tatia Nurdiana, M. K. (2025). Pengaruh Promosi, Fitur Layanan, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Linkaja Syariah. *Edunomika*, 09(01), 1–15.
- Terhadap, P., & Nasabah, M. (n.d.). *No Title*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*.
- Umaningsih, Wahyu Prastiwi, D. K. W. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonom*, 5(3), 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Utami, M. K. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Linkaja Dengan Kemudahan Sebagai Variable Mediasi. *JIMKES : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.554>
- Waleleng, J. J., Tewal, B., Lumanauw, B., Waleleng, J. J., Tewal, B., & Lumanauw, B. (2024). *Karyawan Pt . Bank Sulutgo Kantor Cabang Calaca Di Manado The Effect Of Competence And Compensation On Employee Job Satisfaction At Pt . Bank Sulutgo Calaca Branch Office In Manado Jurnal EMBA Vol . 12 No . 3 Juli 2024 , Hal . 379-388*. 12(3), 379–388.
- Waspada, I. (2012). Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 16(1), 122–131.
- Widhiaswara, I. A., & Soesanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gofood di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 114–

125. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.114-125>

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*. 3(2), 96–102.