

The Influence of Financial Technology and Sharia Compliance on Consumer Trust (A Study on Students of the Faculty of Economics and Business, Mulawarman University, Users of Quick Response Code Indonesian Standard Mobile Banking by Bank Syariah Indonesia)

Noor Armalia Putri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda
ararmaliaputt@gmail.com

Purwanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda
Purwantismart2000@gmail.com

Rinna Ramadhan Ain Fitriah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda
rinnafitriah@feb.unmul.ac.id

Rabiatul Adawiyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda
rabiadawiah774@gmail.com

Abstract

The rapid development of digital financial technology has transformed the way individuals conduct transactions, especially among younger generations such as university students. In Indonesia, the implementation of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) has become a prominent innovation in facilitating non-cash transactions. University students, particularly those in the Faculty of Economics and Business at Mulawarman University, represent a highly active user group of QRIS for various purposes, including tuition payments, online shopping, and organizational activities. However, despite the convenience offered by QRIS, consumer trust in such services—especially within Islamic banking institutions—is influenced not only by technological aspects but also by compliance with halal principles. This study aims to examine the influence of financial technology innovation and halal aspects on consumer trust among students of the Faculty of Economics and Business at Mulawarman University who use QRIS Mobile Banking services provided by Bank Syariah Indonesia. Employing a quantitative approach, the study involved 97 respondents selected through purposive sampling. Data were collected via online questionnaires and analyzed using ordinal logistic regression, supported by validity and reliability tests, model fit assessments, and the Wald test. The results indicate that both financial technology innovation and halal aspects have a positive and significant effect on consumer trust. These findings affirm that trust in QRIS is not only built on technological advantages but also on students' confidence in the system's compliance with Sharia principles.

Keywords: *Financial Technology Innovation, Halal Aspects, Consumer Trust*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor keuangan. Salah satu inovasi yang menonjol adalah hadirnya teknologi finansial (*financial technology/fintech*), yang memungkinkan masyarakat mengakses layanan keuangan dengan lebih cepat, mudah, dan efisien tanpa melalui prosedur konvensional yang kompleks (Schueffel, 2016). Fintech memfasilitasi sistem pembayaran elektronik, investasi digital, hingga pinjaman online melalui berbagai platform berbasis aplikasi (Zetzsche et al., 2017). Di Indonesia, adopsi fintech semakin meluas, khususnya dalam bentuk sistem pembayaran berbasis kode QR seperti Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) yang dikembangkan oleh Bank Indonesia sebagai standar nasional (OJK, 2024).

QRIS menjadi sarana transaksi nontunai yang populer di kalangan generasi muda karena kemudahan dan efisiensinya. Namun, muncul kekhawatiran terkait tingkat kepercayaan konsumen terhadap layanan tersebut, terutama dalam aspek keamanan, transparansi, serta kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks masyarakat Muslim, kepercayaan terhadap layanan keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknis, tetapi juga oleh kepatuhan layanan tersebut terhadap ajaran Islam (Gefen et al., 2020).

Sebagai bentuk respons terhadap kebutuhan umat, Bank Syariah Indonesia (BSI) menghadirkan layanan mobile banking dan fitur QRIS yang telah disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba, gharar, dan maysir. Upaya ini diperkuat melalui rujukan Fatwa DSN-MUI No. 200/DSN-MUI/VIII/2024 tentang Uang Elektronik Berbasis Server, yang menyatakan bahwa transaksi digital diperbolehkan dalam Islam selama memiliki akad yang sah, tidak mengandung unsur haram, dan disupervisi oleh Dewan Pengawas Syariah (DSN-MUI, 2024). Fatwa ini juga menegaskan pentingnya transparansi, keadilan, dan kehalalan objek transaksi dalam seluruh proses layanan keuangan digital. Namun, meskipun layanan seperti QRIS BSI telah dikembangkan dengan mengedepankan prinsip syariah, tidak semua pengguna memahami mekanisme dan akad yang digunakan dalam transaksi tersebut. Mahasiswa sebagai generasi digital native dan konsumen aktif layanan keuangan digital memiliki karakteristik unik: mereka cepat beradaptasi terhadap teknologi, tetapi belum tentu memiliki pemahaman mendalam tentang prinsip syariah. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji sejauh mana pemahaman dan persepsi terhadap kepatuhan syariah dapat memengaruhi kepercayaan mereka terhadap layanan keuangan digital yang ditawarkan oleh bank syariah.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman dipilih sebagai objek penelitian karena mereka mewakili segmen pengguna fintech yang memiliki akses literasi keuangan, sensitivitas terhadap nilai-nilai Islam, dan aktif menggunakan QRIS mobile banking dalam kegiatan transaksi sehari-hari seperti pembayaran kuliah, kebutuhan konsumsi, serta transaksi organisasi. Potensi kesenjangan antara penggunaan yang tinggi dengan tingkat pemahaman atau kepercayaan terhadap kehalalan layanan ini menjadi alasan penting untuk melakukan penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang menjelaskan bahwa niat untuk menggunakan suatu layanan dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol. Dalam konteks ini, penggunaan QRIS BSI sebagai layanan keuangan syariah dapat dianalisis melalui bagaimana sikap mahasiswa terhadap teknologi, persepsi terhadap nilai syariah, serta kemudahan penggunaan memengaruhi kepercayaan mereka terhadap sistem yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: menjelaskan pengaruh teknologi finansial terhadap kepercayaan konsumen pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman pengguna QRIS mobile banking Bank Syariah Indonesia dan menjelaskan pengaruh kepatuhan syariah terhadap kepercayaan konsumen pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman pengguna QRIS mobile banking Bank Syariah Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk: menganalisis pengaruh teknologi finansial terhadap kepercayaan konsumen dalam penggunaan QRIS mobile banking Bank Syariah Indonesia oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman dan menganalisis pengaruh kepatuhan syariah terhadap kepercayaan konsumen dalam penggunaan QRIS mobile banking Bank Syariah Indonesia oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.

Penelitian sebelumnya oleh Judijanto et al. (2024) menunjukkan bahwa kenyamanan dan keamanan menjadi faktor utama dalam adopsi teknologi finansial. Ardiansyah dan Zen (2024) menyoroti pentingnya kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam menjamin kepercayaan terhadap layanan keuangan berbasis fintech. Namun, belum banyak penelitian yang mengkaji keterkaitan antara kedua aspek tersebut secara bersamaan dalam membentuk kepercayaan konsumen, terutama di kalangan mahasiswa pengguna QRIS dari lembaga keuangan syariah. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada integrasi dua variabel penting teknologi finansial dan kepatuhan syariah yang dianalisis secara simultan menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior. Selain itu, penelitian ini mengambil konteks spesifik mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman sebagai pengguna aktif QRIS Bank Syariah Indonesia, yang belum banyak dibahas dalam studi-studi sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan layanan keuangan digital berbasis syariah yang berorientasi pada peningkatan kepercayaan konsumen Muslim.

Peneliti mengangkat judul “Pengaruh Teknologi Finansial dan Kepatuhan Syariah Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Pengguna *Quick Response Code Indonesian Standard Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia)”.

KAJIAN PUSTAKA

Teknologi Finansial

Teknologi finansial (fintech) merupakan inovasi dalam sistem keuangan yang mengintegrasikan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, kenyamanan, dan aksesibilitas dalam bertransaksi. Fintech mencakup berbagai layanan, seperti pembayaran elektronik, pinjaman digital, investasi online, hingga sistem berbasis QR code. Zetzsche et al. (2017) menyatakan bahwa fintech bukan sekadar metode baru, tetapi sebuah transformasi menyeluruh terhadap ekosistem keuangan global yang memengaruhi seluruh pemangku kepentingan. Dalam konteks inklusi keuangan, fintech memungkinkan kelompok masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki akses layanan keuangan menjadi lebih terjangkau (Ozili, 2018). Di sektor keuangan syariah, fintech diterapkan dengan memperhatikan prinsip-prinsip syariah, seperti yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui penggunaan QRIS, yang dikembangkan agar sejalan dengan ketentuan fikih muamalah.

Menurut Sugiyanto dan Sugiarto (2023), indikator teknologi finansial meliputi:

1. Kemudahan penggunaan
2. Kecepatan transaksi
3. Keamanan sistem
4. Inovasi layanan
5. Ketersediaan akses bagi pengguna.

Kepatuhan syariah

Kepatuhan syariah merupakan prinsip fundamental dalam sistem keuangan Islam yang mengatur agar seluruh aktivitas keuangan dijalankan sesuai dengan syariat Islam, termasuk larangan terhadap riba, gharar, dan maysir. Dalam konteks keuangan digital, kepatuhan syariah tidak hanya mencakup struktur akad, tetapi juga integrasi nilai-nilai Islam dalam proses digitalisasi layanan (Rahayu & Ramadani, 2023). Menurut Fauziah et al. (2020), kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi pertimbangan utama bagi konsumen Muslim dalam memilih layanan keuangan digital. Sementara itu, Ernayani (2024) menyoroti bahwa transformasi industri halal menuntut teknologi keuangan berbasis syariah untuk lebih adaptif namun tetap menjaga integritas syariah. Penilaian kepatuhan syariah tidak hanya pada alat transaksi seperti QRIS yang bersifat netral, melainkan pada komitmen penyedia layanan dalam menjaga syariat Islam melalui pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS), pemilihan merchant halal, serta penggunaan akad yang sah. Menurut Fauziah et al. (2020) dan Rahayu & Ramadani (2023), indikator kepatuhan syariah yang utama adalah:

1. Kesesuaian Akad

Akad atau perjanjian yang digunakan dalam transaksi harus sah menurut fikih muamalah (akad jual beli, ijarah, atau wakalah). Dalam layanan QRIS oleh BSI, meskipun alat transaksinya netral, penyedia layanan harus memastikan bahwa transaksi berbasis QRIS tidak mengandung unsur yang dilarang.

2. Pengawasan oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Setiap kegiatan fintech syariah harus diawasi oleh DPS yang memastikan bahwa layanan berjalan sesuai fatwa DSN-MUI. Fatwa terbaru seperti Fatwa DSN-MUI No. 200/DSN-MUI/VIII/2024 mewajibkan adanya supervisi syariah atas uang elektronik berbasis server, termasuk sistem seperti QRIS.

3. Seleksi Merchant atau Mitra

Lembaga keuangan syariah wajib menyeleksi merchant atau mitra usaha agar hanya menyediakan produk atau jasa halal. Dalam konteks BSI, merchant yang diaktifkan melalui QRIS harus melewati verifikasi agar tidak menjual produk haram (misalnya minuman keras, judi, dsb).

4. Transparansi dan Akuntabilitas

Informasi transaksi, biaya layanan, dan kebijakan harus disampaikan secara jelas kepada pengguna. Transparansi merupakan bagian dari prinsip keadilan dalam Islam.

5. Penghindaran Unsur Riba, Gharar, dan Maysir

Layanan tidak boleh melibatkan bunga, ketidakjelasan kontrak, atau spekulasi. Sistem pembayaran seperti QRIS harus netral dari unsur ini, dan jika terkait pinjaman digital, maka harus menggunakan akad syariah seperti qardh atau murabahah.

Kepercayaan konsumen

Kepercayaan konsumen adalah keyakinan bahwa layanan atau produk yang digunakan dapat diandalkan, aman, serta memenuhi ekspektasi konsumen. Dalam konteks fintech syariah, kepercayaan dibangun tidak hanya dari performa teknologi, tetapi juga dari persepsi konsumen terhadap kesesuaian layanan dengan nilai keislaman (Sari & Hakim, 2021).

Menurut Judijanto et al. (2024), kenyamanan dan keamanan merupakan faktor utama dalam adopsi teknologi finansial. Sementara itu, Ardiansyah dan Zen (2024) menunjukkan bahwa layanan keuangan digital yang patuh pada prinsip-prinsip syariah mampu meningkatkan rasa percaya dan loyalitas konsumen Muslim. Indikator kepercayaan konsumen dalam fintech syariah berdasarkan penelitian-penelitian tersebut meliputi:

1. Persepsi terhadap Keamanan Sistem

Konsumen merasa sistem aman dari kebocoran data, penyalahgunaan akun, dan risiko finansial. QRIS BSI dinilai aman karena terhubung langsung ke mobile banking resmi, bukan aplikasi pihak ketiga.

2. Kemudahan dan Kenyamanan Penggunaan

Layanan harus mudah digunakan, cepat diakses, dan tidak merepotkan dalam proses transaksi. Mahasiswa sebagai digital native sangat responsif terhadap aplikasi yang user-friendly.

3. Reputasi dan Kredibilitas Lembaga

Nama besar BSI sebagai bank syariah nasional memperkuat persepsi positif terhadap kualitas dan kehalalan layanannya. Konsumen akan lebih percaya kepada lembaga yang sudah dikenal memiliki integritas syariah.

4. Transparansi Informasi

Informasi terkait biaya, syarat, atau fitur layanan harus disampaikan secara jelas dan tidak menyesatkan. Ketidakterbukaan bisa mengurangi rasa percaya meskipun layanan terlihat syariah.

5. Kesesuaian dengan Nilai Pribadi (Religiusitas)

Layanan yang dianggap sejalan dengan keyakinan konsumen akan mendorong loyalitas. Bagi konsumen Muslim, layanan berbasis syariah memberikan ketenangan batin dan menjadi preferensi utama.

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah sistem pembayaran berbasis QR code yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS dirancang sebagai standar nasional kode QR untuk pembayaran digital di Indonesia, yang mengintegrasikan berbagai penyelenggara jasa sistem pembayaran (PJSP), baik bank maupun non-bank, agar transaksi menjadi lebih praktis dan efisien (Bank Indonesia, 2020). Dengan QRIS, pengguna cukup memindai satu jenis kode QR universal untuk melakukan transaksi, tanpa harus memiliki aplikasi berbeda untuk setiap merchant. QRIS menjawab kebutuhan akan ekosistem pembayaran yang inklusif, cepat, dan aman, seiring meningkatnya transaksi digital dalam masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa dan pelaku UMKM.

QRIS pertama kali diperkenalkan pada Agustus 2019 sebagai bagian dari agenda transformasi sistem pembayaran nasional. Pengembangannya dilakukan melalui integrasi berbagai platform dan sistem kode QR yang sebelumnya terpisah-pisah. Bank Indonesia (2020) merumuskan empat prinsip utama pengembangan QRIS, yaitu:

1. Universal, QRIS dapat digunakan oleh seluruh masyarakat di berbagai jenis aplikasi pembayaran.
2. Gampang, Proses transaksi menggunakan QRIS dirancang mudah dan cepat.
3. Untung, Meningkatkan efisiensi biaya transaksi dan mempermudah pencatatan keuangan.
4. Langsung, Transaksi terjadi secara real-time dan langsung dikonfirmasi.

Sejak 2020, Bank Indonesia terus melakukan perluasan penggunaan QRIS melalui program digitalisasi UMKM, integrasi pembayaran lintas negara (QRIS antarnegara), serta perluasan merchant formal dan informal. Dalam konteks syariah, pengembangan QRIS juga mendapat dukungan dari perbankan syariah seperti Bank Syariah Indonesia (BSI), yang mengadopsi QRIS sebagai bagian dari mobile banking syariah, dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya.

Pemanfaatan QRIS sangat luas, mencakup sektor formal dan informal, serta digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat. Beberapa bentuk pemanfaatan utama antara lain:

1. Transaksi ritel dan UMKM

QRIS mempermudah pelaku usaha menerima pembayaran digital tanpa harus memiliki mesin EDC. Ini mendukung program inklusi keuangan dan digitalisasi ekonomi kerakyatan.

2. Pembayaran layanan pendidikan dan donasi

Banyak institusi pendidikan dan organisasi sosial mulai menerima pembayaran melalui QRIS karena prosesnya yang cepat dan efisien.

3. Layanan perbankan syariah

Bank Syariah Indonesia menggunakan QRIS dalam aplikasi BSI Mobile sebagai alternatif pembayaran digital yang sesuai syariat, termasuk untuk kebutuhan konsumsi harian mahasiswa Muslim.

4. Integrasi dengan fintech dan e-wallet

QRIS dapat digunakan lintas platform seperti GoPay, OVO, ShopeePay, LinkAja, DANA, dan BSI Mobile, memperluas jangkauan dan kenyamanan pengguna.

QRIS menjadi bagian penting dalam mempercepat digitalisasi sistem pembayaran nasional, serta mendorong inklusi keuangan, terutama di masa pandemi dan pascapandemi yang menuntut transaksi tanpa kontak fisik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan pada paradigma positivisme, di mana data yang diperoleh bersifat objektif dan terukur (Creswell, 2014). Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik masing-masing variabel yang diteliti, sementara penelitian kausal digunakan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara teknologi finansial, kepatuhan syariah, dan kepercayaan konsumen (Sugiyono, 2019).

Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner ini berisi pernyataan-pernyataan yang telah disusun berdasarkan indikator dari teori-teori yang relevan dengan masing-masing variabel penelitian. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka seperti buku, jurnal ilmiah, laporan resmi, dan literatur terkait lainnya yang mendukung pembahasan konsep dan hasil penelitian (Sugiyono, 2019).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman yang terdaftar dalam Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDIKTI), berjumlah 3.108 orang. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah responden sebanyak 97 orang.

Kriteria responden (sampel) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif FEB Unmul dari angkatan 2021–2023
2. Telah menggunakan layanan QRIS melalui mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI),
3. Bersedia mengisi kuesioner secara lengkap dan benar.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner online, untuk mempermudah jangkauan kepada responden yang sesuai kriteria. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis menggunakan aplikasi Microsoft Excel dan SPSS versi 25.0.

Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi logistik ordinal, karena variabel dependen dalam penelitian ini bersifat ordinal dan bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen (teknologi finansial dan kepatuhan syariah) terhadap tingkat kepercayaan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Daftar Angkatan Responden

NO	Angkatan	Responden	Persentase
1	2021	40	41,2%
2	2022	50	51,5%
3	2023	7	7,2%
	TOTAL	97	100%

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa dari 98 responden. Sebanyak 40 orang (41,2%) merupakan Angkatan 2021, 50 orang (51.5%) merupakan Angkatan 2022 dan 7 orang (7,2%) merupakan Angkatan 2023.

Tabel 2. Daftar Program Studi

NO	Program Studi	jumlah	Persentase
1	Akuntansi	0	0%
2	Manajemen	4	4,1%
3	Ekonomi Syariah	60	61,9%
4	Ekonomi Pembangunan	33	34%
Total		97	100%

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui dari 97 responden, sebanyak 4 orang (4,1%) merupakan mahasiswa Prodi Manajemen, 60 orang (61,9%) mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, 33 orang (34%) mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan.

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Teknologi Finansial (X1)

No. Item	Pearson Correlation	R tabel 5% (97) df = 97-2	Sig.	Keterangan
X1.1	0.646	0.1975	0.000	Valid
X1.2	0.602	0.1975	0.000	Valid
X1.3	0.705	0.1975	0.000	Valid
X1.4	0.659	0.1975	0.000	Valid
X1.5	0.638	0.1975	0.000	Valid

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui hasil uji validitas dari 5 item pernyataan untuk variabel teknologi finansial memiliki nilai pearson correlation yang signifikan. Berdasarkan nilai signifikansi <0,05 dan nilai r tabel 0,1975. Sehingga variabel independent teknologi finansial sudah terbukti valid dan uji selanjutnya dapat dijalankan.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepatuhan Syariah (X2)

No. Item	Pearson Correlation	R tabel 5% (97) df = 97-2	Sig.	Keterangan
X2.1	0.655	0,1975	0,000	Valid
X2.2	0.710	0,1975	0,000	Valid
X2.3	0.710	0,1975	0,000	Valid
X2.4	0.704	0,1975	0,000	Valid
X2.5	0.643	0,1975	0,000	Valid

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui hasil uji validitas dari 5 item pernyataan untuk variabel Kepatuhan syariah memiliki nilai pearson correlation yang signifikan. Berdasarkan nilai signifikansi <0,05 dan nilai r tabel 0,1975. Sehingga variabel independent kepatuhan syariah sudah terbukti valid dan uji selanjutnya dapat dijalankan.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen (Y)

No. Item	Pearson Correlation	R tabel 5% (97) df = 97-2	Sig.	Keterangan
Y.1	0,635	0,1975	0,000	Valid
Y.2	0,670	0,1975	0,000	Valid
Y.3	0,759	0,1975	0,000	Valid
Y.4	0,730	0,1975	0,000	Valid
Y.5	0,764	0,1975	0,000	Valid

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui hasil uji validitas dari 5 item pernyataan untuk variabel kepercayaan konsumen memiliki nilai pearson correlation yang signifikan. Berdasarkan nilai signifikansi $< 0,05$ dan ($r_{tabel} > r_{hitung}$) dimana r_{tabel} untuk $n=97$ adalah 0,1975. Sehingga variabel dependen kepercayaan konsumen sudah terbukti valid dan uji selanjutnya dapat dijalankan.

Uji Reliabilitas

Tabel 4.1 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
Finansial Teknologi	5	0,762	Reliabel
Kepatuhan Syariah	5	0,715	Reliabel
Kepercayaan Konsumen	5	0,756	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, dinyatakan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* menunjukkan hasil dari uji reliabilitas pada variabel finansial teknologi (X1), Kepatuhan Syariah (X2) dan Kepercayaan konsumen (Y) lebih besar dari 0,70 ialah 0,762, 0,715 dan 0,756. Dalam ketentuan uji reliabilitas, maka semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Parallel Lines

Nilai $-2 \text{ Log Likelihood}$ pada model null adalah sebesar 41.066, sedangkan pada model general adalah 25.238. selisih antara kedua model menghasilkan nilai *Chi-Square* sebesar 15.828 dengan derajat bebas (df) 4 dan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,003. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa perbedaan antara model null dan model general signifikan secara statistik. keputusan yang diambil adalah menerima H_1 , yang berarti bahwa model tidak memenuhi *parallel Lines*. maka dapat disimpulkan bahwa asumsi *proportional odds* tidak terpenuhi.

Hasil Uji koefisien Determinasi

Dari hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai *Cox and Snell* sebesar 0,252. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 25,2% variasi dalam kepercayaan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu teknologi finansial dan Kepatuhan Syariah. Sisanya, yaitu sekitar 74,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar variabel yang diteliti. Namun, karena nilai

maksimum *Cox and Snell* tidak mencapai 1, maka digunakanlah *Nagelkerke* sebagai versi penyesuaian yang nilainya mencapai 0,297. Nilai *Nagelkerke* sebesar 0,297 menunjukkan bahwa model regresi logistik ordinal mampu menjelaskan sebesar 29,7% variasi yang terjadi pada variabel dependen, sedangkan sisanya sebesar 70,3% dijelaskan oleh variabel di luar model. Nilai ini mengindikasikan bahwa kecocokan model berada pada kategori cukup baik untuk model regresi logistik ordinal.

Hasil Uji kesesuaian Model

Berdasarkan hasil uji kesesuaian model (*Goodness of Fit Test*), diperoleh nilai signifikansi *Chi-square Pearson* sebesar 18,766 dengan derajat bebas (df) 12 dan tingkat signifikansi 0,094. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara model dan data aktual, sehingga model dianggap fit atau sesuai dengan data menurut uji *Pearson*. Serta diperoleh nilai *Deviance Chi-Square* menunjukkan nilai sebesar 21,257 dengan df 12 dan signifikansi *Deviance* sebesar 0,043 yang berarti p lebih kecil dari 0,05. berdasarkan *Deviance*, model kurang sesuai dengan data. Terdapat perbedaan hasil antara uji *pearson* dan *deviance*. Namun, dalam praktiknya, jika salah satu nilai signifikansi (terutama *pearson*) lebih besar dari 0,05, model dapat dianggap layak atau fit secara umum.

Hasil Uji Keberartian Model

model *final* (model dengan variabel independen) memiliki nilai *-2 Log Likelihood* yang lebih kecil (41,066) dibandingkan dengan model *intercept only* (model tanpa variabel independen) dengan nilai (69,197). Perbedaan antara kedua model ini diuji dengan statistic *Chi-Square* sebesar 28,131 dengan derajat kebebasan 4 dan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi logistik yang diuji signifikan secara statistik. Artinya variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil Uji Parsial (*Wald*)

Tabel 4.14 Uji Parsial

		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y = 3,00]	-4.197	.579	52.489	1	.000	-5.332	-3.061
	[Y = 4.00]	-1.264	.380	11.044	1	.001	-2.010	-.519
Location	[X1 = 3.00]	-2.703	.886	9.305	1	.002	-4.440	-.966
	[X1 = 4.00]	-1.268	.495	6.567	1	.010	-2.238	-.298
	[X1 = 5.00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.
	[X2 = 3.00]	-1.398	.977	2.049	1	.152	-3.313	.516
	[X2 = 4.00]	-1.25	.499	6.274	1	.012	-2.228	-.272
	[X2 = 5.00]	0 ^a			0			

Berdasarkan hasil uji parsial (*Wald*) pada tabel di atas, diperoleh nilai yang signifikan pada kategori Netral ($Y = 3.00$) sebesar 0,000 dan kategori Setuju ($Y = 4.00$) sebesar 0,001. Nilai *Threshold* yang signifikan ini menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan responden untuk memberikan jawaban pada kategori yang lebih tinggi, yaitu Setuju dan Sangat Setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara umum, responden memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap penggunaan *QRIS* Bank Syariah Indonesia, dengan dominasi pada kategori Setuju hingga Sangat Setuju. Selanjutnya, berdasarkan hasil uji parameter estimasi, diketahui bahwa baik variabel X1 (teknologi finansial) maupun X2 (Kepatuhan Syariah) menunjukkan kecenderungan pada kategori Sangat Setuju. Hal ini ditunjukkan oleh nilai estimasi negative pada kategori Netral dan Setuju yang dibandingkan dengan kategori referensi yaitu sangat setuju. Pada variabel X1, seluruh kategori selain Sangat Setuju memberikan pengaruh negative dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, sehingga menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki pandangan yang sangat setuju terhadap teknologi finansial yang diterapkan oleh *QRIS* Bank Syariah Indonesia. Sementara itu, pada variabel X2, meskipun hanya kategori setuju yang berpengaruh signifikan, nilai negatif pada kategori Netral dan Setuju mengindikasikan bahwa responden juga cenderung mengarah pada kategori Sangat Setuju. Dengan kata lain, semakin tinggi keyakinan responden terhadap Kepatuhan Syariah *QRIS* Bank Syariah Indonesia, semakin tinggi pula kepercayaan mereka terhadap penggunaannya.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji *Wald*), diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel X1 (teknologi finansial) berada di bawah 0,05, yaitu pada kategori Netral (Sig. = 0,002) dan Setuju (Sig. = 0,010). Hal ini menunjukkan bahwa H1 yang menyatakan bahwa teknologi finansial berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen, dibuktikan dan diterima. pada variabel X2 (Kepatuhan Syariah), hanya kategori Setuju yang memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05 (Sig. = 0,012), sedangkan kategori Netral tidak signifikan (Sig. = 0,152). Namun demikian, karena terdapat pengaruh signifikan pada salah satu kategori, maka hipotesis H2 yang menyatakan bahwa Kepatuhan Syariah berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen juga dibuktikan dan diterima.

Pembahasan

Pengaruh Teknologi Finansial terhadap Kepercayaan Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.

Berdasarkan hasil uji *Wald* menunjukkan bahwa variabel teknologi finansial berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan konsumen. hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi pada kategori Netral dan Setuju yang masing-masing berada di bawah 0,05, dengan estimasi bernilai negatif. Artinya, semakin tinggi persepsi responden terhadap yang diberikan *QRIS* Bank Syariah Indonesia, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan mereka dalam menggunakannya. Berdasarkan hasil kuesioner variabel finansial teknologi (X1), sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju dan Sangat Setuju pada lima pernyataan yang diajukan. Seperti pernyataan "fintech seperti QRIS Mbanking BSI memudahkan saya dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari" memperoleh 44,3% responden yang sangat setuju dan 45,4% yang setuju. Hal serupa juga tampak pada pernyataan mengenai efisiensi waktu, di mana 49,5% responden setuju dan 39,1% sangat setuju.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suriyanti M, et al (2023) yang membahas transformasi industri keuangan melalui perkembangan teknologi finansial. Penelitian ini relevan karena menunjukkan bagaimana dalam teknologi finansial dapat mempengaruhi perilaku keuangan konsumen, termasuk kepercayaan dalam menggunakan layanan digital. Serta mendukung penelitian Sasti A, (2023) yang meneliti pengaruh kepercayaan, keamanan dan kenyamanan terhadap minat bertransaksi menggunakan *QRIS* pada aplikasi BSI Mobile Banking. Hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan, keamanan dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi menggunakan *QRIS*. Ini bisa digunakan untuk menegaskan bahwa finansial teknologi dalam sistem pembayaran digital seperti *QRIS* memang mendorong peningkatan transaksi karena memberikan rasa aman dan kenyamanan.

Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Kepercayaan Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepatuhan Syariah juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pengguna *QRIS Mbanking* BSI di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. Meskipun hanya pada kategori setuju. hal ini dibuktikan berdasarkan hasil analisis uji *Wald*, pada kategori setuju dengan nilai signifikansi 0,012 yang lebih kecil dibanding 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kepatuhan Syariah mulai memiliki dampak nyata terhadap kepercayaan konsumen ketika responden telah memiliki tingkat keyakinan yang cukup tinggi terhadap produk atau layanan tersebut. Responden juga menunjukkan tingkat persetujuan yang tinggi terhadap Kepatuhan Syariah (X2). Misalnya, 46,4% responden sangat setuju bahwa BSI sebagai penyedia layanan menjunjung tinggi prinsip kehalalan, dan 48,5% sangat setuju terhadap reputasi BSI yang sesuai prinsip syariah. Ini menandakan bahwa mayoritas responden memiliki keyakinan terhadap kesesuaian syariah pada layanan yang ditawarkan oleh BSI.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ardiansyah dan Zen (2024) yang menyatakan bahwa kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah seperti menghindari riba dan gharar merupakan faktor penting dalam memastikan layanan pembiayaan online berbasis fintech sesuai dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, penelitian oleh Azzahidi dan Parhi (2023) juga menyoroti bahwa kesesuaian syariah dengan fatwa DSN-MUI dapat memperkuat argumen bahwa teknologi finansial berbasis syariah lebih dipercaya oleh konsumen karena aspek transparansi, perlindungan hak pengguna, dan kepatuhan terhadap ketentuan syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari uji analisis dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini adalah: Variabel teknologi finansial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pengguna *QRIS Mbanking* BSI di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat dalam layanan finansial digital, semakin besar kepercayaan konsumen dalam menggunakannya dan Kesimpulan yang kedua variabel Kepatuhan Syariah juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pengguna *QRIS Mbanking* BSI di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen muslim lebih percaya menggunakan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

SARAN

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan dalam penelitian ini, disarankan agar Bank Syariah Indonesia terus meningkatkan kualitas layanan digitalnya, khususnya fitur QRIS dalam mobile banking, dengan menekankan aspek kemudahan, keamanan, dan inovasi yang responsif terhadap kebutuhan generasi muda. Selain itu, komitmen terhadap kepatuhan syariah perlu diperkuat melalui transparansi informasi, pengawasan Dewan Pengawas Syariah, serta edukasi kepada pengguna terkait prinsip-prinsip syariah yang diterapkan dalam layanan digital. Pihak kampus dan lembaga pendidikan juga disarankan untuk mendorong literasi keuangan syariah di kalangan mahasiswa, agar pemanfaatan fintech tidak hanya praktis tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam yang diyakini oleh pengguna. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memperluas objek dan populasi di luar mahasiswa serta mempertimbangkan variabel lain seperti religiusitas atau pengalaman digital, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kepercayaan konsumen dalam menggunakan layanan keuangan syariah berbasis teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, M. R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 127–135.
- Alamsyah, A. (2023). Pengaruh Inovasi Teknologi Finansial terhadap Kepercayaan Konsumen Muslim. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 11(1), 45–55.
- Azzahidi, M., & Parhi, M. (2023). Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan QRIS Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 67–75.
- Bank Indonesia. (2021). Laporan Perkembangan Keuangan Inklusif Nasional. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2023). QRIS: Inovasi Sistem Pembayaran Digital Nasional. Diakses dari <https://www.bi.go.id>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). (2020). Fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah. Jakarta: DSN-MUI.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). (2024). Fatwa No. 200/DSN-MUI/VIII/2024 tentang Uang Elektronik Berbasis Server. Jakarta: DSN-MUI.
- Efrianto, I., & Tresnawaty, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam E-Commerce Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 9(2), 78–86.
- Fauziah, L., Kurniawati, E., & Rahmawati, D. (2020). Faktor Kepatuhan Syariah Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen Muslim. *Jurnal Ekonomi Islam*, 5(3), 205–214.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gefen, D., Pavlou, P. A., & Warkentin, M. (2020). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 44(1), 55–83.
- Judijanto, A., Firmansyah, A., & Malik, H. (2024). Pengaruh Keamanan dan Kemudahan terhadap Kepercayaan Pengguna Fintech Syariah. *Jurnal Riset Ekonomi dan Keuangan Islam*, 8(1), 21–30.
- Majelis Ulama Indonesia. (2020). *Pedoman Penilaian Kepatuhan Syariah Lembaga Keuangan*. Jakarta: MUI Press.

- Ozili, P. K. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. *Borsa Istanbul Review*, 18(4), 329–340. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003>
- Rahayu, R., & Ramadani, D. (2023). Kepatuhan Syariah dalam Layanan Digital Bank Syariah: Studi pada Penggunaan QRIS. *Jurnal Keuangan Syariah Digital*, 2(1), 13–25.
- Sari, N. P., & Hakim, L. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen terhadap Layanan Fintech Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 4(1), 33–42.
- Sasti, A. (2023). Literasi Keuangan Digital pada Mahasiswa Pengguna QRIS. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 93–100.
- Schueffel, P. (2016). Taming the beast: A scientific definition of fintech. *Journal of Innovation Management*, 4(4), 32–54.
- Sugiyanto, E., & Sugiarto, A. (2023). Pengaruh Persepsi Teknologi Finansial terhadap Minat Penggunaan Layanan Digital. *Jurnal Ekonomi Digital dan Keuangan*, 6(1), 12–20.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zetsche, D. A., Buckley, R. P., Arner, D. W., & Barberis, J. N. (2017). From FinTech to TechFin: The Regulatory Challenges of Data-Driven Finance. *NYU Journal of Law & Business*, 14(2), 393–446.