

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

A. Keputusan Penggunaan

1. Pengertian Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan merupakan proses keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk menggunakan salah satu produk atau jasa diantara berbagai macam alternatif pilihan.⁹ Keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk menggabungkan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya.¹⁰

Keputusan penggunaan didasari pada informasi yang diperoleh tentang keunggulan suatu produk atau jasa yang ditawarkan sehingga menciptakan rasa menyenangkan yang akan mempengaruhi orang untuk

⁹ Lasnida Permata Sari Intan Nainggolan, Muhamad Al-Faruq Abdullah, and Didin Hikmah Perkasa, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Go Transit (Studi Kasus Stasiun Tanah Abang)," *Jurnal Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi* 1, no. 3 (2023): 1–16.

¹⁰ Erwan Sutrisno Erwan and Edi Setiawan, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta," *Jurnal Manajemen Dirgantara* 16, no. 1 (2023): 129–140.

mengambil keputusan untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.¹¹

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan

Agar suatu lini usaha atau produk bisa berkesinambungan, produk tersebut harus laku di pasaran dan menguntungkan. Hal ini dipengaruhi oleh pertumbuhan nasabah dan transaksi yang meningkatkan nilai jual produk. Salah satu faktor penting adalah kemudahan penggunaan sistem, yang berarti sistem dirancang agar tidak sulit dipahami dan memudahkan penggunaannya.

Di era sekarang, masyarakat menginginkan kemudahan, seperti dalam pembayaran token listrik atau belanja online. Selain itu, kemanfaatan atau manfaat penggunaan teknologi juga mempengaruhi kinerja pengguna. Kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital, seperti E-wallet atau mobile banking, juga berperan penting dalam niat adopsi. Keamanan yang dirasakan oleh pengguna menjadi faktor penting untuk membangun kepercayaan, yang pada gilirannya

¹¹ Raja Ela Safira and Dhidhin Noer Ady Rahmanto, "Islamic Branding Experience Dan Customer Citizenship Behaviour Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan LinkAja Syariah," *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance* 2, no. 1 (2022): 1–19.

mempengaruhi sikap dan niat pengguna untuk mengadopsi teknologi pembayaran digital.¹²

Religiusitas menjadi salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan, terutama bagi umat Muslim. Hal ini mencakup keyakinan dan hubungan seseorang dengan Tuhan, yang mempengaruhi sikap, perilaku, dan pilihan produk yang sesuai dengan ajaran agama. Individu dengan religiusitas yang kuat cenderung memilih produk yang tidak bertentangan dengan syariat, seperti produk berbasis syariah. Dalam konteks ini, layanan seperti LinkAja Syariah menawarkan sistem yang sesuai dengan prinsip syariah, memudahkan masyarakat Muslim untuk menggunakannya tanpa ragu. Religiusitas juga mempengaruhi keputusan pembelian, di mana individu yang lebih taat cenderung menghindari hal-hal yang meragukan dan memilih transaksi yang jelas dan halal.¹³

3. Pandangan Islam Mengenai Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan oleh Assael disebut *need arousal*. Didalam al-Qur'an

¹² Rika Widianita, "Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Linkaja Syariah."

¹³ Hasyim, "Pendekatan TAM Dalam Menilai Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah Pada Masyarakat Surakarta."

dijelaskan pula ayat tentang sikap hati-hati dalam menentukan sebuah keputusan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

“Hai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.”(QS. al-Hujurat : 6)

Pada ayat ini dijelaskan kita harus berhati-hati dalam memilih sesuatu agar tidak merugikan diri sendiri ataupun pihak-pihak yang terkait. Pengambilan keputusan juga dijelaskan dalam QS. al-Maidah : 100, sebagai berikut :

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرُهُ الْخَبِيثُ ۖ فَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠٠﴾

“Katakanlah (Muhammad) : tidaklah sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya keburukan itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah wahai orang-orang yang mempunyai akal sehat, agar kamu beruntung.” (QS. al- Maidah :100)

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa kita harus mengambil sesuatu yang baik meskipun itu hanya sedikit dan tidak menarik hati namun mengandung kemaslahatan daripada mengambil sesuatu yang banyak dan menarik hati namun mengandung unsur kemudharatan.

4. Indikator Keputusan Penggunaan

Ada beberapa indikator keputusan penggunaan.¹⁴

Sebagai berikut :

a. Pengenalan Masalah

Pengenalan masalah diawali dari kesadaran penggunaan dengan adanya suatu masalah terhadap kebutuhan. Kebutuhan seseorang dapat dipicu dari berbagai faktor internal dan eksternal, adanya faktor pemicu tersebut dapat menjadi sebuah dorongan dalam mencari objek yang dapat memenuhi kebutuhannya.

b. Pencarian Informasi

Adanya pemenuhan kebutuhan dapat mendorong konsumen untuk mencari suatu informasi untuk memudahkan apa yang dibutuhkan dalam penggunaan suatu produk yang memiliki daya saing.

¹⁴ Nuriska Aliya Hapsari, "Pengaruh E-Service Quality, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Linkaja Syariah Di Klaten" (2023): 1–140, http://eprints.iain-surakarta.ac.id/8692/1/SKRIPSI_NURISKA_ALIYA_HAPSARI_195231194.pdf.

c. Evaluasi Alternatif

Tahapan evaluasi alternatif ini digunakan sebagai pengevaluasian suatu produk yang akan digunakan oleh konsumen.

d. Keyakinan Pada Sebuah Aplikasi

Pada proses penentuan keputusan penggunaan suatu aplikasi, pengguna telah melakukan pencarian informasi terkait dengan aplikasi yang dimaksud dengan berbagai macam informasi yang telah didapat, pengguna kemudian akan membuat keputusan untuk melakukan tindakan penggunaan yang disebabkan oleh rasa yakin untuk melakukan penggunaan pada aplikasi tersebut.

e. Kecepatan dalam Memutuskan Penggunaan Aplikasi

Sering kali pengguna menentukan keputusannya dalam kurun waktu yang sangat cepat yang didasari pada pilihan yang sangat sederhana dan dengan menggunakan pedoman-pedoman umum dengan dasar dari sebagian informasi yang dimilikinya saja. Misalnya seperti setelah mengetahui tentang fitur layanan yang disediakan, kelebihan dan kekurangan secara singkat.¹⁵

¹⁵ Pengaruh Fitur Layanan et al., “(Studi Kasus Pada Pengguna LinkAja Di Kota Surabaya)” (2023).

B. Kemudahan

1. Pengertian Kemudahan

Kemudahan penggunaan merupakan suatu kepercayaan seseorang bahwa sistem informasi mudah digunakan maka konsumen akan menggunakannya. Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa kemudahan adalah keyakinan pengguna mengenai kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan sistem informasi. Jika seseorang yakin dan percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.¹⁶

2. Faktor-faktor Kemudahan

Kemudahan dipengaruhi beberapa faktor,¹⁷ yaitu:

a. Berfokus pada teknologi itu sendiri

Teknologi yang baik dan digunakan terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya. Pengalaman

¹⁶ Azma Nadhilah and Nurul Hasanah, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja Pada Generasi Z Di Kota Bekasi)," *Prosiding SNAM PNJ* (2022): 1–12.

¹⁷ Riana Puspitasari and Imelda Aprileny, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab Di PT. Sidomuncul Kebon Jeruk)," *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia* (2020): 1–15.

pengguna pada penggunaan teknologi sejenis akan memberikan kemudahan pengguna.

b. Reputasi akan teknologi tersebut

Reputasi yang baik akan didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi itu tersebut.

c. Persepsi pengguna terhadap teknologi tersebut

Tersedianya mekanisme pendukung yang handal, mekanisme pendukung yang terpecaya akan membuat merasa nyaman dan yakin bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong pengguna kearah yang lebih positif.

3. Kemudahan Menurut Islam

Kemudahan, dikenal dalam islam sebagai *Rukhsah* atau keringanan dalam Islam adalah bentuk kasih sayang Allah SWT terhadap umat-Nya. Ini menunjukkan bahwa Allah memahami keterbatasan manusia dan memberikan kemudahan dalam menjalankan ajaran agama. Prinsip ini tercermin dalam syariat Islam, di mana Allah tidak membebani seseorang melebihi kemampuannya dan selalu memberikan jalan yang memudahkan.¹⁸

¹⁸ Sakinah Pokhrel, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Sebagai Pembayaran Non Tunai Ditinjau Dari Perspektif*

Dalam Islam Rukhsah memiliki beragam bentuk pelaksanaan yang dapat dilihat dari perspektifnya. Beberapa di antaranya mencakup:¹⁹

- a. Pembatalan kewajiban, seperti ketika seseorang tidak dapat melaksanakan sholat Jumat atau ibadah haji karena adanya uzur.
- b. Pengurangan kewajiban, misalnya mengubah sholat yang seharusnya empat rakaat menjadi hanya dua rakaat.
- c. Penggantian kewajiban, seperti mengganti wudhu dan mandi wajib dengan tayammum, atau menggantikan posisi berdiri dengan duduk saat melaksanakan sholat fardhu.
- d. Prioritas kewajiban, contohnya adalah memberikan prioritas pembayaran zakat meskipun masa haul belum tiba.
- e. Penundaan kewajiban, seperti memperbolehkan jamaah haji untuk mengumpulkan beberapa sholat di Muzdalifah.
- f. Penyederhanaan kewajiban, seperti memakan bangkai saat situasi darurat untuk bertahan hidup.

Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna Dompot Digital ShopeePay Di Kota Band, Ayan, vol. 15, 2024.

¹⁹ Nurul L Mauliddiyah, "Konsep Rukhsah Sebagai Perwujudan Islam Akomodatif; Kajian Kaidah Hukum Islam" 21, no. 2 (2021): 6.

- g. Modifikasi kewajiban, misalnya mengubah gerakan dan ketentuan sholat saat dalam situasi genting atau perang.

Kemudahan merupakan prinsip yang sangat penting dalam Islam, yang ditegaskan dalam berbagai ayat AlQur'an diantaranya dijelaskan bahwa:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

“Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran.” (Al Baqarah: 185)

Ayat tersebut bermakna Allah SWT menghendaki keringanan dan kemudahan bagi kalian dalam ajaran-ajaran syariat Nya, dan tidak menghendaki kesulitan keberatan dari kalian. Dalam kaitannya dengan penggunaan e-wallet, ini dapat dikaitkan dengan gagasan bahwa Allah menginginkan kemudahan dan tidak menginginkan kesulitan dalam memberikan ajaran syariatnya. Ini menunjukkan bahwa kemudahan dan keringanan adalah prinsip yang diinginkan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk transaksi keuangan.

4. Indikator Kemudahan

Indikator kemudahan penggunaan.²⁰ Sebagai berikut :

²⁰ Indah Oktaviana, M. Fadhli Nursal, and Dewi Sri Wulandari, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay Di Kota Bekasi,” *Jurnal Economina* 2, no. 10 (2023): 2806–2822.

a. *Easy to learn*

Yakni individu dapat mempelajari suatu teknologi dengan mudah artinya bahwa ketika seseorang pertama kali melakukan transaksi menggunakan teknologi, orang tersebut akan langsung mengerti dan paham tata cara dalam menggunakan aplikasi seperti penarikan uang, pengecekan saldo ataupun transaksi lainnya dalam waktu singkat.

b. *Easy to understand*

Yakni individu yang merasa suatu teknologi mudah untuk dipahami, maksudnya yaitu tidak memerlukan waktu yang banyak untuk dapat memahami dan mengoperasikan suatu teknologi

c. *Effortless*

Yakni individu yang merasa suatu teknologi dapat dilakukan secara ringkas atau fleksibel.

d. *Easy to use,*

Yakni individu yang merasa suatu teknologi mudah untuk dioperasikan. Suatu teknologi yang jelas dan dapat dioperasikan dengan mudah, maka akan memudahkan pemakai dalam penggunaannya.

Terdapat empat item untuk pengukuran Kemudahan Penggunaan Persepsian,²¹ yakni:

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*doesnot require a lot of mental effort*).
- c. Sistem mudah digunakan (*easy to use*).
- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

C. Kepercayaan

1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan atau harapan seseorang terhadap pihak lain, produk, atau layanan untuk memenuhi ekspektasi dan memberikan hasil yang diinginkan. Dalam konteks bisnis, kepercayaan mencakup keyakinan konsumen bahwa merek atau penyedia layanan akan bertindak dengan jujur, aman, dan dapat diandalkan, meskipun ada risiko dan ketidakpastian yang terlibat. Kepercayaan ini penting untuk membangun

²¹ Ambiko and Nia, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi e-Wallet (Studi Linkaja Syariah).”

hubungan positif antara konsumen dan penyedia layanan, terutama dalam transaksi digital.²²

2. Aspek-aspek Kepercayaan

Aspek-aspek yang ada pada kepercayaan konsumen,²³ yaitu :

a. Kemampuan (*Ablity*)

Ablity (kemampuan) adalah sekelompok keahlian, kompetensi, karakteristik, yang memungkinkan satu pihak memiliki domain spesifik

b. Kebaikan hati (*Benevolence*)

Benevolence (niat baik) berarti seberapa besar seorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen

c. Integritas (*Integrity*)

Integrity (integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

3. Faktor-faktor Kepercayaan

Terdapat beberapa faktor yang didapat mempengaruhi kepercayaan seseorang,²⁴ yaitu:

²² Nizar and Yusuf, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja."

²³ Gabriel Prawira Marpaung, Anggi Tri Lestari Purba, and Adelin Australiati Saragih, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas X," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 4, no. 4 (2024): 5622–5628.

a. *Perceived Web Vendor Reputation*

Reputasi merupakan suatu atribut yang diberikan kepada penjual berdasarkan pada informasi dari rang atau sumber lain.

b. *Perceived web site quality*

Tampilan toko maya dapat mempengaruhi kesan pertama yang terbentuk. menampilkan website secara professional mengindikasikan bahwa toko maya tersebut berkompeten dalam menjalankan operasionalnya. Tampilan website yang professional memberikan rasa nyaman kepada pelanggan.

4. Kepercayaan Menurut Islam

Imam Al-Qusairi mengatakan bahwa kata *shadiq* ‘orang yang jujur’ berasal dari kata *shidq* ‘kejujuran’. Kata *shiddiq* adalah bentuk penekanan (*mubalaghah*) dari *shadiq* dan berarti orang yang mendominasi kejujuran. Dengan demikian, di dalam jiwa seseorang yang jujur itu terdapat komponen nilai ruhani yang memantulkan berbagai sikap yang berpihak kepada kebenaran dan sikap moral yang terpuji.²⁵

²⁴ Nurul L Mauliddiyah, “Pengaruh Kepercayaan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Online Di Tokopedia (Studi Pada Masyarakat Di Kota Pekanbaru)” (2021): 6.

²⁵ Ajeng Fitriani, “Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung),” *Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro 2019* (2019): 3.

Dalam islam, hubungan antara kejujuran dan juga keberhasilan kegiatan ekonomi hal yang positif. Setiap bisnis yang dilakukan atas dasar kejujuran, maka akan mendapatkan kepercayaan pihak lain. Kepercayaan tersebut akan menambah nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya akan meningkatkan suatu keuntungan.²⁶

Dalam kepercayaan terdapat dimensi *reliable*. Dimensi *reliable* (kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umatNya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan,²⁷

Sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ
اللَّهُ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۗ إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

Artinya: *dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan*

²⁶ Amalia Yunia Rahmawati, "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow," no. July (2020): 1–23.

²⁷ Fitriani, "Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung)."

sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat. (Q.S. An-Nahl: 91)

5. Indikator Kepercayaan

Terdapat empat indikator kepercayaan,²⁸ yaitu :

a. Kehandalan

Merujuk pada tingkat ketepatan, konsistensi, dan kepercayaan yang dapat diberikan kepada sesuatu, seperti produk, layanan, atau sistem.

b. Kejujuran

Kejujuran adalah kunci untuk menciptakan kepercayaan antara penyedia layanan dan pengguna. Dengan menerapkan keterbukaan informasi, memastikan akurasi transaksi, melindungi data pribadi, dan responsif terhadap keluhan, penyedia layanan dapat membangun reputasi yang baik.

c. Kepedulian

Kepedulian ini bermaksud melibatkan perhatian terhadap keamanan, kenyamanan, dan pengalaman pengguna.

²⁸ Nadhilah and Hasanah, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja Pada Generasi Z Di Kota Bekasi)."

d. Kredibilitas.

Kredibilitas adalah faktor kunci yang menentukan tingkat kepercayaan pengguna terhadap penyedia layanan.

D. Keamanan

1. Pengertian Keamanan

Keamanan adalah usaha untuk melindungi dan menjamin tiga aspek penting dalam dunia siber yaitu kerahasiaan data, keutuhan data, dan ketersediaan data. Keamanan sistem informasi bisa diartikan sebagai prosedur, kebijakan, dan pengukuran teknis yang digunakan untuk mencegah akses yang tidak sah, pencurian, perubahan program, dan kerusakan fisik pada sistem informasi.²⁹

Keamanan adalah keyakinan individu saat melakukan transaksi ia merasa aman sehingga akan sangat mudah bagi pengguna sehingga menimbulkan persepsi bahwa menggunakan layanan tersebut akan menguntungkan bagi dirinya. Keamanan data adalah perlindungan atas otorisasi data yang tidak sah, modifikasi data, perusakan data. Keamanan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana keyakinan bahwa suatu layanan aman untuk menyimpan dan berbagi data

²⁹ Amaida Sari, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Manfaat Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ovo Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry),” *Pharmacognosy Magazine* 75, no. 17 (2021): 399–405.

pribadi. Keamanan berpengaruh dengan minat penggunaan dengan faktor keamanan dan kerahasiaan data jika keduanya tidak dilakukan dengan baik oleh penyedia layanan maka pengguna tidak akan tertarik dengan layanan bahwa keamanan internet memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk menggunakan layanan e-banking.³⁰

2. Dimensi keamanan

Berikut adalah aspek-aspek dari sistem keamanan yang harus diperhatikan,³¹ yaitu:

- a. *Authentication* (keabsahan pengirim) : Identitas pengguna/pengirim data teridentifikasi (tidak ada kemungkinan penipuan)
- b. *Confidentiality* (kerahasiaan data)/privacy) : data tidak dapat dibaca oleh pihak yang tidak berhak. Privacy data atau informasi harus diberikan agar tiap komponen yang terlibat tidak merasa dirugikan oleh unsur yang lain.
- c. *Integrity* (keaslian data) : Data tidak dapat diubah secara tidak sah. Integritas yang terbentuk harus saling memiliki komitmen sehingga data-data yang

³⁰ Swara Mahardika Maulida, Achmad Fauzi, and Mardi, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech) Payment Linkaja Syariah," *Indonesian Journal of Economy* 1, no. 3 (2021): 233–244.

³¹ Donna Venter, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kabupaten Mandailing Natal)" (2013).

diberikan akan dapat terjaga tanpa adanya kebocoran data kepada pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

d. *Non-Repudiation* (anti-penyangkalan) : tidak ada penyangkalan pengiriman data (dari pihak penerima terhadap pihak pengirim). Sehingga pencatatan transaksi bisa diakui sebagai suatu bukti transaksi *E-Commerce* telah terjadi.

3. Keamanan dalam Pandangan Islam

Keamanan adalah usaha untuk melindungi dan menjamin kerahasiaan data, keutuhan data dan ketersediaan data. Dalam hadist Nabi Shallallahu' alailhis wa sallam bersabda³² :

مَنْ أَصْبَحَ مِنْكُمْ آمِنًا فِي سِرِّهِ مُعَاتَى فِي جَسَدِهِ عِنْدَهُ قُوتٌ يَوْمِهِ فَكَأَنَّمَا
حَيَّرَتْ لَهُ الدُّنْيَا

“Barang siapa merasa aman di tempat tinggalnya, tubuhnya sehat dan mempunyai bekal makan hari itu, seolah-olah dunia telah ia kuasai dengan keseluruhannya”. (HR. Tirmildzi No. 2268).

Dari hadits diatas dapat diketahui bahwa dengan adanya rasa aman, terpenuhi pangan dan papan seolah-olah telah menguasai bumi. Maka dari itu keamanan

³² Ferdina Pratiwi Intan, *Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Privasi Terhadap Kepercayaan Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Ditinjau Dari Perspektif Bisnis Islam (Studi Pengguna E-Wallet DANA Di Ayam Geprek King Bandar Lampung)*, 2023.

dalam sebuah kehidupan sangatlah penting, sama halnya dengan suatu sistem teknologi dengan adanya keamanan yang baik maka akan membuat pengguna sistem teknologi tersebut merasa nyaman.

4. Indikator Keamanan

Indikator keamanan.³³ Sebagai berikut :

a. Terjaminnya transaksi

Berarti bahwa transaksi yang dilakukan dijamin keamanannya, sehingga pihak-pihak yang terlibat dapat merasa tenang dan yakin bahwa hak dan kewajiban mereka akan dipenuhi.

b. Terdapat kapasitas teknik untuk menjaga dan menjamin keamanan data dari konsumen

Maksudnya ada kemampuan teknis yang memadai untuk melindungi dan memastikan keamanan data yang dimiliki oleh konsumen. Ini mencakup penggunaan teknologi dan metode yang efektif untuk mencegah akses tidak sah, kebocoran, atau kehilangan data, sehingga informasi konsumen tetap aman dan terjaga kerahasiaannya.

c. Adanya keamanan konsumen dalam melakukan pembayaran secara elektronik atau e-payment.

³³ Rika Desiyanti, "Privasi , Keamanan Dan Niat Memakai Payment Fintech LinkAja Pada UMKM Padang Rika Desiyanti Universitas Bung Hatta Padang A . Pendahuluan Globalisasi Pada Saat Dewasa Ini Dan Teknologi Digital Yang Terjadi Membuat Pebisnis Usaha Bergerak Dan Berkembang Da" 7, no. 2 (2022): 83–90.

Ini artinya mencakup perlindungan dari penipuan, akses tidak sah, serta keamanan data pribadi dan keuangan konsumen selama proses transaksi. Dengan adanya jaminan keamanan ini, konsumen dapat bertransaksi secara online dengan lebih percaya diri.

E. Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Religiusitas berasal dari kata religi dari kata latin. Menurut suatu pendapat, asalnya relegere, yang berarti mengumpulkan, membaca. Agama memang kumpulan caracara mengabdikan kepada Tuhan dan harus dibaca. Pendapat lain mengatakan, kata itu berasal dari religere yang berarti mengikat. Ajaran-ajaran agama memang memiliki sifat mengikat bagi manusia, yakni mengikat manusia dengan Tuhan.³⁴

Religiusitas merupakan tingkatan sebuah rasa kepercayaan atau nilai agama yang diikuti dan dipercayai oleh seseorang. Selain itu, religiusitas dapat diukur dari seberapa dalam pengetahuan, keyakinan, pengaplikasian ibadah dan kaidah agama yang dilakukan oleh seseorang dalam tingkatan tertentu.

³⁴ Hadija Hadija, Nuriatullah Nuriatullah, and Nurfitriani Nurfitriani, "Pengaruh Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BRI Syariah Dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah," *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 1, no. 2 (2020): 37–55.

Religiusitas islami merupakan salah satu tingkat akan Tuhan yang dipahami menurut pandangan Islam yang berperilaku sesuai dengan kesadaran tersebut atau tingkat manifestasi terhadap tingkatan kesadaran atau Tuhan dalam kehidupan sehari-hari yang dimengerti melalui ajaran Ahlus Sunnah Wal Jama'ah. Hal ini dapat disimpulkan bahwasannya religiusitas Islam merupakan seberapa besar tingkat kepercayaan, keyakinan, keteguhan seseorang terhadap agama Islam. Selain itu, religiusitas juga dapat diartikan sebagai umat yang beragama yang taat kepada perintah-Nya dan menjauh segala larangan-Nya.³⁵

2. Faktor-faktor Religiusitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat religiusitas adalah sebagai berikut:³⁶

- a. Faktor sosial, mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan sikap keagamaan yaitu pendidikan atau pengetahuan tentang agama, tradisi-tradisi sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan.

³⁵ F NOERANDINI, "Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Dan Religiusitas Terhadap Penggunaan Linkaja Syariah Pada Generasi Z (The Effect Of Knowledge, Convenience And ...)" (2023), <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/43533%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/43533/18423149.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

³⁶ Ilo Maila Bitanti, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Religiusitas Peserta Didik Di SMA Negeri 1 Natar," *Skripsi* (2023): 1–55.

- b. Faktor alam, yaitu berbagai pengalaman yang menambah sikap keagamaan mengenai keindahan, keselarasan dan kebaikan dunia lain.
- c. Faktor moral, yaitu pengalaman konflik antara rangsangan-rangsangan perilaku yang dianggap akan membimbing kearah yang baik.
- d. Faktor afektif, yaitu pengalaman batin emosional yang tampak terikat secara langsung dengan tuhan atau dengan sejumlah wujud dan pada sikap keagamaan atau disebut pengalaman-pengalaman agama yang dalam islam disebut tasawuf.

3. Fungsi Religiusitas

Agama merupakan kebutuhan emosional manusia dan merupakan kebutuhan alamiah. Adapun fungsi agama,³⁷ meliputi:

- a. Agama sebagai sumber ilmu dan sumber etika ilmu, manusia mempercayakan fungsi edukasi pada agama yang mencakup tugas mengajar dan membimbing.
- b. Agama sebagai alat justifikasi dan hipotesis ajaran-ajaran agama dapat dipakai sebagai hipotesis untuk membuktikan kebenarannya, salah satu hipotesis ajaran agama islam adalah selalu mengingat Allah (dzikir), maka hati akan tenang.

³⁷ Rian Maulana, "Analisis Pengaruh Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Aceh Syariah," *UIN Ar-Raniry Banda Aceh* (2019): 1–88.

- c. Agama sebagai motivator. Agama mendorong pemeluknya untuk berpikir, merenung, meneliti segala hal yang terdapat di bumi, diantara langit dan bumi juga dalam diri sendiri.
- d. Fungsi pengawasan sosial. Agama ikut bertanggung jawab terhadap norma-norma social dengan cara memberi sanksi bagi yang melanggar larangan agama dan memberi imbalan pada individu yang menaati perintah agama.

4. Dasar Hukum Religiusitas

Berdasarkan persepektif Islam religiusitas adalah seluruh aspek kehidupan umat Islam sebagaimana yang dimaksud dalam firman Allah dalam surah Al-Baqarah ayat 208.³⁸

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السَّلَامِ كَافَّةً ۖ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿٢٠٨﴾

“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu” (Al-Qur’an 2010:208).

³⁸ Khairunnisaa, Hubbul Wathanb, and Marlya Fatira AK, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Pada Generasi Milenial Muslim Di Polmed,” *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal* 1, no. Vol. 1 No. 1 (2020): Edisi Juni (2020): 35–42, <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/222/15>.

5. Indikator Religiusitas

Ada beberapa indikator religiusitas,³⁹ antara lain:

a. Keyakinan

Keyakinan merupakan ideologis, yang menunjukkan penerimaan seseorang terhadap ajaran agama. Dalam Islam, iman meliputi iman kepada Allah.

b. Praktik keagamaan atau ritual

Praktik keagamaan merupakan ritual, yaitu sejauh mana seseorang menunaikan kewajiban-kewajiban ritual keagamaannya.

c. Pengalaman atau eksperimen

Mengacu pada sejauh mana seseorang bertindak di bawah dorongan ajaran agama, yaitu hubungan antara seseorang dan dunianya, terutama dengan orang lain.

d. Pengetahuan agama atau intelektual

Mengacu pada tingkat pemahaman seseorang tentang doktrin-doktrin agamanya, terutama tingkat pengetahuan yang terkait dengan doktrin-doktrin dasar agama yang terkandung dalam kitab-kitab sucinya.

³⁹ Mareta Putri et al., "Pengaruh Religiusitas Dan Celebrity Endoser Terhadap Minat" (n.d.): 77–94.

F. Pengaruh X1, X2, X3,X4 terhadap Y

Sugiyono mengemukakan bahwa menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macammacam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi Variabel indeviden dan variabel dependen.⁴⁰ Bentuk hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat berupa hubungan korelasional dan hubungan sebab akibat. Bentuk hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat bersifat positif atau negatif.⁴¹

Variabel yang digunakan pada penelitian ini antara lain yaitu variabel independen yang terdiri dari kepercayaan (X1), kemudahan (X2), keamanan (X3), religiusitas (X4). Sedangkan untuk variabel dependen yakni penggunaan aplikasi *LinkAja* Syariah (Y).

1. Pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan *LinkAja* Syariah

Jogiyanto, mendefinisikan kemudahan penggunaan ialah tingkatan seseorang yang meyakini pada suatu sistem informasi yang digunakan akan terbebas dari suatu usaha.⁴² Sukirno dalam setyo, menyatakan bahwa jika

⁴⁰ Andi Fitriani Djollong, "Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique of Quantiative Research)," *Istiqra'* 2, no. 1 (2014): 86–100.

⁴¹ Lie Liana, "Using MRA with SPSS to Test the Effect of Moderating Variables on the Relationship between Independent Variables and Dependent Variables," *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik* 14, no. 2 (2009): 90–97, <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/view/95>.

⁴² Latifah Robaniyah and Heny Kurnianingsih, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat

ada kemudahan dan teknologi menyediakan bentuk atas kemudahan maka dengan ini akan membuat suatu persepsi yang mana pada nyatanya akan merupakan landasan dalam berfikir. Menurut pendapat lain yang dinyatakan Sebayang, terdapat banyak bentuk persepsi terhadap kemudahan dalam penggunaan internet banking. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan.⁴³

Kemudahan dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana seseorang akan merasa bahwa dalam penggunaan sistem tidak memerlukan usaha lebih atau teknologi tersebut mudah dipahami oleh para pengguna. Hal tersebut menjadikan persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem informasi yang digunakan tidak akan merepotkan. Individu dengan kepercayaan bahwasanya suatu sistem mudah digunakan, akan meningkatkan rasio penggunaan.⁴⁴

Kemudahan penggunaan mengacu pada pengalaman konsumen yang merasa bahwa berbelanja di

Menggunakan Aplikasi Ovo,” *Image: Jurnal Riset Manajemen* 10, no. 1 (2021): 53–62.

⁴³ Hendra Jonathan Sibarani Nyswee Alda, Mario Salas, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Online, Fitur Layanan Dan Promosi Cash Back Ovo Terhadap Minat Belanja Masyarakat Di Kota Medan,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi* 5, no. 2 (2021): 1100–1117.

⁴⁴ Muhammad Miftahul Khoir and Ugy Soebiantoro, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet LinkAja Di Kota Surabaya,” *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)* 7, no. 2 (2022): 752.

toko berbasis web akan meningkatkan aktivitas belanja mereka, serta sejauh mana konsumen merasakan kemudahan dalam berinteraksi dengan situs web untuk mendapatkan informasi tentang produk yang mereka butuhkan. Kemudahan penggunaan adalah keyakinan seseorang bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah.⁴⁵

2. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah

Rotter, mendefinisikan kepercayaan sebagai sebuah keyakinan bahwa kata atau janji seseorang dapat dipercaya dan seseorang akan memenuhi kewajibannya dalam sebuah hubungan pertukaran.⁴⁶ Menurut Seetharaman, kepercayaan adalah faktor higienis. Kurangnya kepercayaan dianggap sebagai hambatan untuk mengadopsi e-wallet.⁴⁷ Menurut Priyono dalam Rodiah & Inaya Sari Melati, sebuah kondisi ketidakpastian, akan mengandung unsur risiko. Dalam kondisi yang berisiko, ketersediaan pengambilan tindakan

⁴⁵ Nurdiana Tatia and Kusuma Melia, "Pengaruh Promosi, Fitur Layanan, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Linkaja Syariah" 09, no. 01 (2023): 17–23.

⁴⁶ dkk. Maskuri, "Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Online (Studi Pada Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Pelita Bangsa)," *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* 16, no. 2 (2019): 139–150.

⁴⁷ Siti Rodiah Rodiah and Inaya Sari Melati, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang," *Journal of Economic Education and Entrepreneurship* 1, no. 2 (2020): 66.

dari pihak yang terlibat perlu adanya kepercayaan. Transaksi digital terdapat unsur ketidakpastian dan risiko. Oleh karena itu, perlunya mengurangi anggapan risiko dengan membangun kepercayaan dari pengguna dompet digital.⁴⁸

Kepercayaan akan suatu produk tentunya merupakan hal yang diperlukan karena dengan kepercayaan akan memunculkan suatu tindakan yang selaras sesuai dengan keinginan.⁴⁹

Keputusan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi tidak terlepas dari kepercayaan terhadap produk pembayaran digital. Faktor kepercayaan berperan penting dalam penerimaan teknologi baru seperti dompet digital syariah, tanpa adanya kepercayaan pengguna tidak akan menggunakan teknologi baru. Pelayanan yang lambat dalam menangani keluhan pengguna dapat membuat reputasi perusahaan menurun dan menghilangkan rasa kepercayaan pengguna terhadap perusahaan. Terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh faktor kepercayaan.⁵⁰

⁴⁸ Nizar and Yusuf, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompet Digital LinkAja."

⁴⁹ Rezki Rahmad Surgawan and Ihwan Susila, "Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan," *Value : Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 18, no. 3 (2024): 918–936.

⁵⁰ Nadhilah and Hasanah, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan Dompet

Asma Nadilah (dkk) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi)” pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja.

3. Pengaruh keamanan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah

Bhatt, menyatakan bahwa persepsi keamanan adalah keyakinan yang dipegang oleh pelanggan bahwa informasi pribadi yang mereka berikan tidak akan diketahui dan disalahgunakan oleh pihak lain yang tidak berkepentingan dalam proses penggunaan atau penggunaan teknologi, yang akan menimbulkan harapan dan kepercayaan pelanggan.⁵¹ Raman dan Viswanathan, menyatakan bahwa inti dari transaksi internet adalah keamanan. Keamanan yang dimaksud adalah bagaimana kemampuan toko untuk melaksanakan kendali dan menjaga kerahasiaan terhadap transaksi online yang dilakukan konsumen pada data yang telah mereka

Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja Pada Generasi Z Di Kota Bekasi).”

⁵¹ Rahmad Surgawan and Susila, “Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan.”

berikan.⁵² Park dan Kim, mengatakan bahwa jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak.⁵³

Keamanan pelayanan *payment fintech* dianggap sebagai faktor multidimensi, karena mekanisme keamanan diperlukan untuk melindungi layanan *payment fintech* di berbagai tingkatan, termasuk layanan, *platform*, jaringan dan perangkat. Keamanan mengacu pada bagaimana sistem pembayaran *payment fintech* dapat melindungi transaksi konsumen. Keamanan merujuk pada adanya perlindungan jika ada transaksi, hal ini termasuk pada keamanan data informasi tentang konsumen. Jika penyedia layanan menyediakan layanan yang bisa memberikan rasa aman, maka hal itu dapat meningkatkan niat pemakai untuk menggunakan *payment fintech*.⁵⁴

⁵² Didit Darmawan and Arif Rachman Putra, “Pengalaman Pengguna, Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Pembelian Online Secara Impulsif,” *Relasi : Jurnal Ekonomi* 18, no. 1 (2022): 26–45.

⁵³ Yulia Rozana and Hari Susanta Nugraha, “Pengaruh Keamanan Bertransaksi, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Secara Online Di Situs E-Commerce Lazada (Studi Pada Pengguna Situs Lazada.Id Di Kota Semarang),” *Jurnall Ilmu Administrasi Bisnis* 7, no. 1 (2018): 1–11, www.apjii.or.id.

⁵⁴ Desiyanti, “Privasi , Keamanan Dan Niat Memakai Payment Fintech LinkAja Pada UMKM Padang Rika Desiyanti Universitas Bung Hatta Padang A . Pendahuluan Globalisasi Pada Saat Dewasa Ini Dan Teknologi Digital Yang Terjadi Membuat Pebisnis Usaha Bergerak Dan Berkembang Da.”

Alat pembayaran nontunai seperti uang elektronik tentunya memiliki risiko keamanan. Risiko keamanan pada penggunaan uang elektronik dapat berupa pencurian, duplikat dari kartu asli, perubahan data atau aplikasi yang pada kartu asli, dan sebagainya. Keamanan diukur melalui tiga dimensi yaitu *credit*, *reliability*, dan *privacy*. *Credit* merujuk pada akurasi layanan dan ketepatan waktu layanan, *reliability* merujuk pada keamanan saldo saat bertransaksi dan keamanan uang yang tersimpan, sementara *privacy* merujuk pada tidak khawatir memberikan informasi dan kepercayaan informasi dilindungi.⁵⁵

4. Pengaruh religiusitas terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah

Menurut Nashori Religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, serta seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianut.⁵⁶ Menurut Johnson B.R, Komitmen dalam menjalankan ajaran-ajaran agama yang dianutnya dikenal sebagai religiusitas. Sebagaimana religiusitas didefinisikan sebagai sejauh mana individu

⁵⁵ Ahadian Almizan gani et al., “Pengaruh Psychological Capital Terhadap Readiness To Change Pada Karyawan Penjaga Gardu Tol Di Jabodetabek,” *Ekonomi & Bisnis* 18, no. 2 (2020): 85–96.

⁵⁶ Upik Nurhasanah, Yenni Samri Juliati Nasution, and Budi Harianto, “Analisis Pengaruh Religiusitas, Motivasi Rasional Dan Emosional Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat KCP Stabat),” *Jesya* 7, no. 2 (2024): 1998–2013.

berkomitmen untuk agama dan ajaran yang ada di dalamnya, termasuk komitmen yang berpatokan pada agama terhadap sikap dan perilakunya.⁵⁷

Religiulitas merupakan aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Makna religiulitas digambarkan dalam beberapa aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mendapat kebahagiaan, baik di dunia dan akhirat.⁵⁸

Regulasi yang mengatur pelaksanaan uang elektronik secara syariah oleh Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 116/DSN-MUI/IX/2017 yang memuat ketentuan dan batasan hukum mengenai uang elektronik sesuai syariah. Potongan harga yang diberikan pada pengguna uang elektronik masih sering dipertanyakan tentang kehalalannya seperti dikutip dari blog Edwyn Rahmat, mahasiswa Magister Perbankan UI Syarif Hidayatullah

⁵⁷ Sarah Fitria Sarah and Yessy Artanti, "Pengaruh Religiuitas Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian," *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8, no. 1 (2020): 37.

⁵⁸ Aslikhah and Aminatuz Zuhriyah, "Pengaruh Religiuitas Dan Brand Liking Terhadap Keputusan Menabung Di Bank BNI Syariah Kabupaten Pasuruan," *Malia (Terakreditasi)* 12, no. 2 (2022): 267–276.

yang menyatakan alasan promo uang elektronik menjadi riba karena penempatan dana float di giro perbankan.⁵⁹

Religiusitas memiliki peranan yang biasa menentukan konsumsi sehingga dapat dimasukkan sebagai perilaku konsumsi atau orientasi belanja pada perilaku konsumen. Dari segi istilah religiusitas mempunyai makna yang berbeda dengan religi atau agama. Agama merujuk pada aspek formal yang berkenaan dengan aturanaturan dan kewajiban-kewajiban sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati.⁶⁰

Definisi lain mengatakan religiusitas adalah sejauh mana individu berkomitmen kepada agamanya dan dengan agama itulah tercemin sikap tingkah laku dan perilaku individu. Tingkah laku manusia yang sepenuhnya dibentuk oleh kepercayaan kepada keghaiban atau alam ghaib yaitu kenyataan-kenyataan supraempiris.⁶¹

Religiusitas menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan keuangan. Masyarakat yang

⁵⁹ Khairunnisaa, Wathanb, and Marlya Fatira AK, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Pada Generasi Milenial Muslim Di Polmed.”

⁶⁰ Jurnal Asy-syukriyyah et al., “Jurnal Asy-Syukriyyah” 23 (2022): 217–233.

⁶¹ Nabila Izzatin Nisa, “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control Dan Religiusitas Terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah Pada Masyarakat Di Kabupaten Sragen” 01 (2016): 1–23.

memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung memilih produk dan layanan yang sejalan dengan keyakinan agama mereka. Dalam hal ini, LinkAja Syariah menyediakan fitur-fitur seperti pembayaran zakat, infaq, sedekah, dan layanan halal lainnya yang menarik perhatian pengguna dengan tingkat religiusitas tinggi.⁶²

G. LinkAja

1. Pengertian LinkAja

LinkAja merupakan penyedia jasa pembayaran berbasis server dari PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya) dan sejak 21 Februari telah terdaftar secara resmi di Bank Indonesia. PT. Fintek Karya Nusantara adalah anak perusahaan dari 10 Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki visi dalam membentuk keuangan digital pilihan anak muda yang unggul dan terpercaya. Dengan misi membentuk ekosistem serta layanan keuangan yang bertujuan untuk kebutuhan masyarakat dan UMKM di Indonesia.⁶³

Telkomsel yang memiliki jaringan Himpunan Bank Milik Negara yang luas yang telah memiliki akses transaksi keuangan dengan jumlah lebih dari seratus ribu

⁶² Wiwin Juliyanti, “Gaya Hidup, Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Linkaja Syariah Pada Masyarakat Kota Surakarta” (n.d.).

⁶³ Rizki and R S Muharrami, “Analisis Minat Pengguna Aplikasi E-Wallet Linkaja Syariah Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Tam)” (2023), http://eprints.iain-surakarta.ac.id/6598/1/Skripsi_Marliani_Sri_Rizki.pdf.

titik mendukung sebagai operator seluler terbesar di Indonesia. Fintek Karya Nusantara sebagai platform sistem pembayaran Badan Usaha Milik Negara akan mendorong ekosistem holistik transaksi keuangan non tunai dan inklusi keuangan secara keseluruhan yang berfokus pada kebutuhan pembayaran yang diperlukan untuk seluruh warga negara Indonesia, terutama kelas menengah ke bawah dan Usaha Mikro, Kecil & Menengah (UMKM).⁶⁴

2. LinkAja Syariah

LinkAja telah meluncurkan Layanan LinkAja Syariah, yang merupakan uang elektronik syariah pertama dan satu-satunya di Indonesia. Layanan ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Muslim di Indonesia, yang merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia.

LinkAja Syariah memfasilitasi berbagai transaksi sesuai dengan prinsip syariah dan telah tersedia di seluruh Indonesia sejak pertengahan September 2020. Ekosistem syariah ini melibatkan 69 kota madya dan 73 wilayah, termasuk masjid, lembaga amil zakat, pusat kuliner halal, ritel modern, pesantren, bank Islam, sekolah Islam, dan universitas Islam. Layanan ini juga telah mendapatkan

⁶⁴ Tryana Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, "Gambaran Umum LinkAja," *Journal GEEJ* 7, no. 2 (2020): 44–56.

sertifikasi kesesuaian syariah dari DSN-MUI, berdasarkan Fatwa DSN MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017. Fitur-fitur yang ditawarkan termasuk donasi/infak digital, wakaf digital, zakat digital, dan kurban digital, yang semuanya mendukung transaksi keuangan berbasis syariah.⁶⁵

Jumlah dompet digital yang menyediakan layanan luas terus menjamur. Di antara dompet elektronik pertama dan satu-satunya versi dua, LinkAja menonjol. Pengguna yang tertarik untuk berdagang sesuai dengan hukum Islam dapat memilih antara versi standar dan Syariah. Sesuai prinsip syariah di Indonesia, transaksi dilakukan dengan cara ini untuk menghindari riba, maisir (perjudian), gharar (tidak jelas), ketidakadilan, dan barang tidak halal. Pengguna memiliki lebih banyak pilihan dalam bertransaksi di LinkAja Syariah karena banyaknya fitur menarik yang ditawarkan. Kami mengantisipasi bahwa pengguna akan menjadi lebih produktif, efisien, dan mudah beradaptasi dalam bertransaksi.⁶⁶

3. Cara untuk mengaktifasi LinkAja Syariah

⁶⁵ Ralph Adolph, “Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan LinkAja Syariah” (2016): 1–23.

⁶⁶ Ni Wayan Cynthia Devi and I Made Jatra, “Sn,” *Tjyybjb.Ac.Cn* 27, no. 2 (2022): 58–66, <http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>.

Adapun cara untuk menggunakan layanan *e-wallet* LinkAja Syariah.⁶⁷ Sebagai berikut :

- a. Unduh aplikasi LinkAja/LinkAja Syariah melalui *Google Play, Play Store* atau *Apple Store* pada *smartphone*.
- b. Klik banner LinkAja Syariah atau klik “Akun” kemudian pilih menu “LinkAja Syariah”
- c. Klik “Aktifkan”
- d. Baca syarat & ketentuan dan klik “Aktifkan Layanan” selanjutnya masukkan PIN LinkAja. Selanjutnya LinkAja Syariah telah aktif dan tampilan akan berubah.

4. Visi Misi LinkAja

Berikut adalah Visi dan Misi dari Link Aja :⁶⁸

- a. Visi Menjadi platform keuangan digital pilihan bangsa (National Champion) yang unggul dan terpercaya.
- b. Misi Membangun ekosistem dan platform pembayaran, saluran penerimaan dana, serta layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Indonesia.

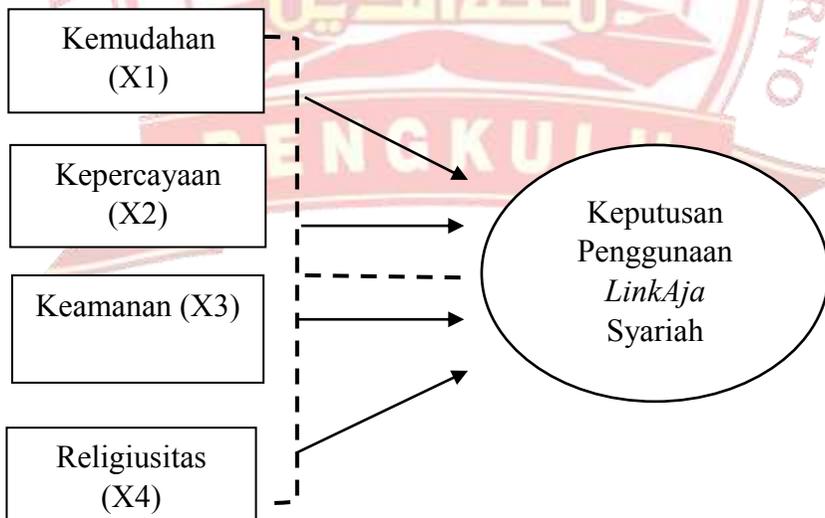
⁶⁷ Siti Afifah and M.A, “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dalam Penggunaan Linkaja Syariah Masyarakat Kota Surakarta” (2022).

⁶⁸ Hendrawati, “Perkembangan LinkAja,” *Jurnal Akuntansi* 11 (2017): 1–10.

H. Kerangka Berpikir Penelitian

Kerangka berpikir merupakan suatu model atau ilustrasi yang terdiri dari konsep pemikiran untuk menjelaskan tentang hubungan antara variabel satu dengan lainnya. Kerangka berpikir dibuat menjadi bentuk diagram maupun skema agar dapat memudahkan seseorang dalam memahami hingga mempelajari antara variabel satu dengan lainnya ke tahap selanjutnya.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini antara lain yaitu variabel independen yang terdiri dari kepercayaan (X1), kemudahan (X2), keamanan (X3), religiusitas (X4). Sedangkan untuk variabel dependen yakni penggunaan aplikasi *LinkAja* Syariah (Y).



Keterangan :

persial : —————>

simultan : - - - - -

I. Hipotesis

Berdasarkan uraian definisi dari beberapa ahli, bisa ditarik kesimpulan bahwa dalam hipotesis terdapat beberapa komponen penting yakni dugaan sementara, hubungan antar variabel dan uji kebenaran.⁶⁹ Berdasarkan kerangka berpikir diatas maka rumusan hipotesis penelitian ini adalah:

H1 : Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah

H2 : Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah

H3 : Keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah

H4 : Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah

H5 : Kemudahan, kepercayaan, keamanan dan religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan LinkAja Syariah

⁶⁹ Jim Hoy Yam and Ruhayat Taufik, "Hipotesis Penelitian Kuantitatif" 3, no. 2 (2021): 96–102.