

Determinan Minat Penggunaan *E-payment* Syariah Dimoderasi Literasi Keuangan Syariah

Ike Dwi Agustina¹⁾, Feri Dwi Riyanto²⁾^{1,2} Fakultas Ekonomi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*E-mail korespondensi: 19510036@student.uin-malang.ac.id

Abstract

The potential for using e-payments is so large that it encourages people to meet the transaction needs of the Indonesian people by using sharia-based e-payments. Sharia e-payment has become a trend and is currently being discussed by people in Indonesia. This study aims to identify factors that can influence the interest of MSMEs in Malang City in using sharia e-payments with Islamic financial literacy as moderation. The research conducted is a quantitative research with a descriptive approach. The sample used was 108 respondents who are owners/top management of MSME owners in Malang City who have made transactions using sharia e-payments in the last 3 years. The data obtained was tested with Partial Least Square (PLS-SEM). The results show that financial self-efficacy has an effect on perceived usefulness and intention to use sharia e-payment, perceived security has a significant effect on perceived usefulness and perceived ease of use, perceived usefulness and perceived ease of use has an effect on intention to use sharia e-payment. Meanwhile, financial self-efficacy has no effect on perceived ease of use and perceived ease of use has no effect on perceived usefulness. Islamic financial literacy can moderate financial self-efficacy. But not able to moderate perceived security, perceived usefulness, and perceived ease of use

Keywords : Islamic Financial Literacy, Model TAM, E-payment Syariah

Saran sitasi: Agustina, I. D., & Riyanto, F. D. (2023). Determinan Minat Penggunaan *E-payment* Syariah Dimoderasi Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2059-2070. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9010>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9010>

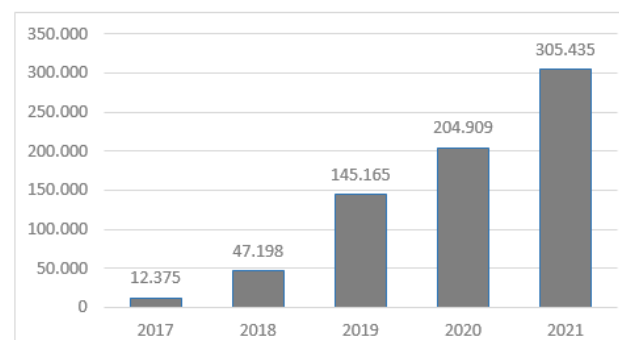
1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fintech telah menjadi solusi alternatif dari layanan transaksi keuangan tradisional. *Fintech* menjadi tren dalam industri keuangan, perbankan, dan industri lain dalam kurun waktu terakhir (Nguyen et al., 2021). Kehadiran *fintech* dianggap dapat memudahkan transaksi salah satunya dalam sistem pembayaran (Majid, 2021). Awal mula sistem pembayaran di Indonesia dilakukan dengan cara barter kemudian berubah menggunakan uang kertas atau tunai. Kemudian, mengalami perubahan kembali akibat kemajuan teknologi serta didukung adanya internet menjadi pembayaran non tunai atau disebut dengan pembayaran elektronik (*e-payment*) (Suryati & Yoga, 2021).

Berdasarkan data dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa jumlah nilai transaksi pembayaran elektronik terus mengalami peningkatan.

Peningkatan terbanyak terjadi pada tahun 2021 dimana nilai transaksi mencapai 305.435 triliun, hal ini terjadi seiring dengan adanya perubahan perilaku masyarakat serta kebutuhan dalam memanfaatkan teknologi. Sehingga, masyarakat semakin tertarik untuk menggunakan pembayaran secara elektronik atau non tunai.



Sumber : Bank Indonesia, 2022

Gambar 1. Total Nilai Transaksi Pembayaran Elektronik Tahun 2017-2021

Potensi penggunaan *e-payment* yang begitu besar mendorong untuk memenuhi kebutuhan transaksi masyarakat Indonesia dengan menggunakan *e-payment* berbasis syariah. Hal ini didukung oleh masyarakat di Indonesia yang beragama islam berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) yang berjumlah sekitar 86,7%. *E-payment* syariah telah menjadi tren dan menjadi perbincangan masyarakat di Indonesia saat ini (Billah & Nuntupa, 2021). Pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sangat mendorong produk *fintech* syariah pada sistem pembayaran untuk semakin berkembang. Hal ini bertujuan untuk membantu meningkatkan ekosistem jasa keuangan syariah di Indonesia (Aji et al., 2020)

Penggunaan *e-payment* syariah tidak terlepas dari sikap penerimaan penggunanya. *Technology Acceptance Model* (TAM) salah satu teori yang sering dipakai dalam menilai sikap pengguna terhadap suatu sistem teknologi. Model tersebut sudah banyak diterapkan pada beberapa penelitian terdahulu dan dianggap sebagai model yang kuat secara teoritis untuk mengidentifikasi minat menggunakan sistem teknologi (Nunes et al., 2018). Model TAM telah digunakan dalam penelitian sebelumnya, seperti Chawla & Joshi (2019); Aji et al., (2020); Al-emran et al., (2020); Karim et al., (2020); Sarmah et al., (2020); Alshurideh et al., (2021), dll.

Selain faktor-faktor dalam model TAM, disarankan untuk menambahkan beberapa variabel tambahan agar dapat memperkuat kesesuaian uji model TAM (Karim et al., 2020). Dalam penelitian ini menggunakan tambahan *external variable* yaitu *financial self-efficacy* dan *perceived security*.

Financial self-efficacy didefinisikan sebagai kepercayaan seorang individu terhadap kemampuan yang dimiliki dalam mengelola keuangan untuk mencapai tujuan (Elfahmi et al., 2020). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* berpengaruh pada minat untuk penggunaan sistem Sindhu Singh, (2018); Ashfiasari & Fauziah, (2021); Daragmeh et al., (2021). Tidak sepadan oleh temuan penelitian Affandi (2021); (Shaikh et al., 2020); Elfahmi et al., (2020).

Perceived security diartikan dengan anggapan seseorang terkait penggunaan suatu sistem orang tersebut akan merasa aman (Chawla & Joshi, 2019). Penelitian oleh Kumar et al., (2018); Chawla & Joshi (2019); Alshurideh et al., (2021); Marianus & Ali, (2021) menyebutkan persepsi keamanan yang tinggi

dapat mempengaruhi minat menggunakan sistem. Berbeda dengan (Lim et al., 2018); Nguyen et al., (2021); Nisa & Solekah, (2022) tidak berpengaruh pada minat menggunakan sistem.

Literasi keuangan syariah memiliki peran yang sangat penting dipahami dan diterapkan oleh masyarakat umat islam (Albaity & Rahman, 2019). Literasi keuangan syariah diartikan dengan pemahaman seorang individu terhadap keterampilan dan pengetahuan berbasis keuangan dalam konteks islam (Antara et al., 2016).

Beberapa penelitian terdahulu menggunakan variabel literasi keuangan syariah sebagai variabel independen yang dapat memberikan pengaruh pada variabel dependen yaitu minat penggunaan sistem teknologi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Albaity & Rahman, (2019); Hasyim et al., (2022) memperoleh hasil penelitian pengaruh yang signifikan. Dalam penelitian ini, peneliti memodifikasi bahwa literasi keuangan syariah dapat memperkuat atau memperlemah determinan minat penggunaan sistem teknologi.

Penggunaan *e-payment* yang semakin berkembang tentunya menambah keinginan masyarakat untuk menggunakannya. Tidak terkecuali dari para pengusaha kelompok Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Indra Lila, dkk, 2021). Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur menyebutkan bahwa berdasarkan data per Agustus 2022 lebih dari 50% UMKM telah *go digital*. Tidak hanya itu, Direktur Bisnis dan Kewirausahaan Syariah Manajemen Eksekutif (KNEKS) mengungkapkan bahwa *fintech* syariah memberi sokongan bagi UMKM dalam memperoleh kegiatan transaksi syariah yang terintegrasi. Penelitian ini dilakukan pada pelaku UMKM di wilayah Kota Malang. Hal ini disebabkan Kota Malang dianggap sebagai kota wisata, kota kuliner dan kota pendidikan. Sehingga, menjadi kesempatan besar bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya.

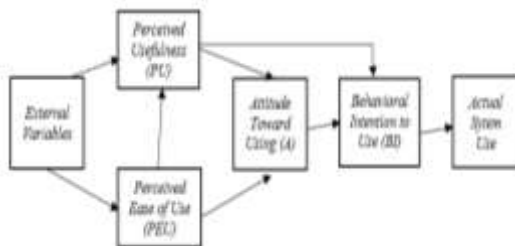
Dalam literatur akademik, penelitian yang mengkaji minat khusus pelaku UMKM dalam menggunakan layanan *e-payment* berbasis syariah masih terbatas. Akan tetapi, sudah ada beberapa penelitian yang mengkaji determinan minat menggunakan sistem keuangan digital berbasis syariah yang digunakan sebagai transaksi perdagangan maupun kegiatan sosial dan donasi, seperti penelitian Jamal Haider et al., (2018); Aji et al., (2020); Shaikh et al., (2020); Majid, (2021).

Berdasarkan fenomena diatas, penelitian ini menggabungkan Model TAM dengan teori keuangan yang dijadikan sebagai keterbaruan dari penelitian sebelumnya serta penambahan faktor penting dalam penggunaan sistem yaitu *perceived security*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat UMKM di Kota Malang dalam penggunaan *e-payment* syariah dengan literasi keuangan syariah sebagai moderasi. Tidak hanya itu, berdasarkan hasil-hasil penelitian terdahulu yang masih inkonsisten memberikan dukungan terhadap penelitian ini.

1.2. Tinjauan Pustaka

Technology Acceptance Model (TAM)

Davis et al., (1989) dalam Sarmah et al., (2020) menjelaskan TAM merupakan upaya awal sebagai penerapan sikap dalam penerimaan dan penggunaan sistem teknologi oleh pengguna. Menurut Luarn & Lin (2005) dalam Jamal Haider et al., (2018) menjelaskan pada model TAM bahwa sikap penerimaan dan penggunaan sistem teknologi ditentukan oleh minat untuk menggunakan sistem yang ditentukan oleh *perceived ease of use* (PEOU) dan *perceived usefulness* (PU). Adapun, lima faktor dalam model TAM yang digunakan mengetahui minat untuk menggunakan sistem. Dimana dua faktor utama pengaruh pada *behavioral intention* diantaranya, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, dan faktor lain diantaranya *attitude toward using*, serta *actual system use* (Jogiyanto, 2007).



Sumber : Kumar et al., (2018)

Gambar 2. Model TAM

Davis (1989) dalam (Yoebritianty et al., 2022) menjelaskan *perceived usefulness* dimaknai dengan seberapa jauh seseorang dalam mempercayai manfaat sistem tertentu sehingga akan meningkatkan pekerjaannya (Budiyono, dan sutianingsih, 2021). Kegunaan yang dirasakan untuk memastikan bahwa teknologi informasi yang digunakan akan tersedia manfaatnya. *Perceived ease of use* dimaknai dengan seberapa mudah persepsi seseorang belajar menggunakan sistem tertentu sehingga bebas dari

usaha. Sedangkan, *intention to use* menjelaskan bahwa minat untuk menggunakan didefinisikan dalam menunjukkan seberapa besar perilaku minat pengguna dalam menggunakan suatu teknologi.

Financial Self-Efficacy (FSE)

Financial self-efficacy didefinisikan dengan kepercayaan seorang individu pada diri sendiri mampu dalam menggunakan layanan dan mengelola keuangan untuk mencapai tujuan (Elfahmi et al., 2020). Secara khusus seorang individu dengan *financial self-efficacy* tinggi menilai dirinya sanggup dalam mengelola dan mengendalikan kondisi keuangan mereka (Asebedo & Payne, 2019). Sedangkan, menurut Shiau et al., (2020) *financial self-efficacy* yang ada pada seorang individu tinggi lebih tangguh dalam menghadapi kesulitan keuangan dan mampu untuk menangani tekanan dari peristiwa negatif.

Perceived Security (PS)

Perceived security atau keamanan yang dirasakan diartikan dengan anggapan seseorang terkait penggunaan suatu sistem orang tersebut akan merasa aman (Chawla & Joshi, 2019). Menurut Jiaxin Zhang et al., (2019) menyatakan terkait bagaimana konsumen percaya jika suatu sistem memiliki keamanan yang baik sehingga konsumen akan merasa aman dan percaya dalam menggunakan layanan karena data terlindungi dengan baik. Sedangkan, menurut Alshurideh et al., (2021) dalam penelitiannya keamanan digambarkan sebagai fitur praktis yang sangat penting untuk pemeliharaan keamanan sistem, keamanan transaksi, dan kerahasiaan data. Kurangnya kepercayaan dan merasa terdapat risiko dalam penggunaan sistem baru yang disebabkan oleh pelanggaran atau penyalahgunaan data akan menjadi hambatan bagi konsumen (Yoebritianty et al., 2022). Keamanan menjadi sebuah faktor penting untuk menarik pelanggan dalam sistem belanja *online* dan akan mempengaruhi keinginan pelanggan (Sheila Pinasti et al., 2022).

Islamic Financial Literacy (IFL)

Islamic financial literacy didefinisikan dengan kemampuan individu dalam mengimplementasikan keterampilan, pengetahuan, dan sikap keuangan untuk pengelolaan sumber daya keuangan berdasarkan nilai-nilai Islam (Rahim et al., 2016). Sari et al., (2021) mendeskripsikan *Islamic financial literacy* sebagai pengetahuan dan implementasi keuangan Islam termasuk konsep dasar, seperti gharar, riba, maysir,

pendapatan, pinjaman, investasi, metode pembayaran, teknologi keuangan dan konsep asuransi untuk membuat keputusan keuangan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Literasi keuangan syariah merupakan konsep kritis yang sangat penting untuk dipahami bagi umat Islam agar tetap berada di jalan yang benar sesuai dengan syariat agama (Antara et al., 2016).

Adapun kandungan ayat Al-Qur'an yang menjelaskan bahwa ilmu atau literasi diperlukan agar seorang muslim dapat membedakan yang baik dan buruk dalam Islam. Dalam Q.S. Al-An'am : 119 Allah berfirman :

Artinya : "Mengapa kamu tidak makan (daging) yang di atasnya disebut nama Allah, padahal Dia telah menjelaskannya kepadamu dalam rinci apa yang dilarang untuk Anda - kecuali di bawah paksaan? tetapi banyak yang menyesatkan (manusia) dengan mereka selera yang tak terkendali oleh pengetahuan. Tuhanmu lebih mengetahui orang-orang yang melampaui batas".

Berdasarkan Tafsir Ibnu Katsir makna dari ayat di atas bahwa tidak diperbolehkan mengonsumsi daging sembelih tanpa menyebut nama Allah kecuali dalam keadaan yang mendesak. Seseorang tanpa memiliki pengetahuan Halal dan Haram dapat menyesatkan dirinya tentang apa yang dia lakukan.

1.3. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Winarno et al., (2021) menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* memiliki pengaruh pada *perceived usefulness*. Didukung oleh Shiau et al., (2020) dan Afawubo et al., (2020). Sedangkan, *financial self-efficacy* terhadap *perceived ease of use* telah ditemukan oleh Sindhu Singh, (2018); Alassafi, (2022) Penelitian lain oleh Daragmeh et al., (2021) mengemukakan hasil yang signifikan terkait *financial self-efficacy* terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Hal ini berarti semakin tinggi keyakinan terkait kemampuan mengelola keuangan semakin mudah menggunakan sistem dan mendapatkan manfaatnya. Berdasarkan penemuan tersebut, mengarahkan penulis untuk merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Financial self-efficacy* berpengaruh signifikan pada *perceived usefulness*.

H2 : *Financial self-efficacy* berpengaruh signifikan pada *perceived ease of use*.

Penelitian yang dilakukan oleh Lim et al., (2018); Alshurideh et al., (2021) menyatakan *perceived*

security berpengaruh pada *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Penelitian ini didukung oleh Chawla & Joshi, (2019) dengan mengembangkan layanan aplikasi yang handal, aman, dan transparan dapat mudah dipahami pengguna. Nguyen et al., (2021) melakukan penelitian pada pengguna *mobile fintech payment* di Vietnam bahwa pelanggan sangat menyadari pentingnya keamanan menjadi faktor yang mencerminkan kegunaan dari layanan. Berdasarkan penemuan tersebut, mengarahkan penulis untuk merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : *Perceived security* berpengaruh signifikan pada *perceived usefulness*.

H4 : *Perceived security* berpengaruh signifikan pada *perceived ease of use*.

Penelitian yang dilakukan oleh Chawla & Joshi, (2019) dengan konteks penelitian pengguna *mobile wallet* di India menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh kuat pada *perceived usefulness*. Penelitian lain oleh Aji et al., (2020); Karim et al., (2020) pada kalangan mahasiswa muda di Malaysia dalam menggunakan *e-wallet*, dan Alshurideh et al., (2021) pada pengguna *e-payment* di Emirat Arab mengungkapkan bahwa pelanggan terkait dengan kegunaan sistem terutama dipengaruhi oleh kemudahan layanannya sehingga pengguna merasakan adanya manfaat. Berdasarkan penemuan tersebut, mengarahkan penulis untuk merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H5 : *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan pada *perceived usefulness*.

Hasil penelitian Shiau et al., (2020) dijelaskan bahwa seseorang dengan *financial self-efficacy* yang tinggi lebih cenderung memulai tindakan dan bersikap optimis terhadap hasil sehingga menghasilkan pencapaian dan hasil keuangan pribadi yang lebih menguntungkan. Sebagai pertimbangan untuk menggunakan *e-payment* syariah seorang individu dengan *financial self-efficacy* yang tinggi dapat mengetahui peluang dan ancaman yang terjadi sehingga terhindar dari kesulitan keuangan. Penelitian ini sejalan oleh Hasil penelitian oleh Ashfiasari & Fauziah, (2021); Daragmeh et al., (2021) menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* tinggi mempengaruhi minat untuk menggunakan sistem.

H6 : *Financial self-efficacy* berpengaruh signifikan pada minat penggunaan *e-payment* syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Chawla & Joshi, (2019) pada pengguna *m-wallet* di India, Karim et al., (2020) pada pengguna *e-payment* di kalangan muda

Malaysia, Aji et al., (2020) pada pengguna *e-money* di Indonesia. Penelitian oleh (Aji et al., 2020) menyatakan bahwa meskipun pelanggan memiliki pengalaman yang buruk dalam menggunakan teknologi akan tetap menerimanya jika dianggap bermanfaat. Dan didukung penelitian lain Al-emran et al., (2020); Alshurideh et al., (2021); Nugroho & Apriliana, (2022). Berdasarkan penemuan tersebut, mengarahkan penulis untuk merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H7 : *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan pada minat penggunaan *e-payment* syariah.

Dilihat dari persepsi kemudahan pembayaran elektronik berpengaruh pada minat konsumen untuk menggunakan *m-wallet* Kumar et al., (2018); Chawla & Joshi, (2019). Penelitian yang dilakukan oleh Al-emran et al., (2020) minat pada perilaku siswa untuk menggunakan *m-learning* meningkat jika sistem yang digunakan mudah. Penelitian Karim et al., (2020) pada pengguna *e-wallet*, Alshurideh et al., (2021) pada pengguna *e-payment* mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan secara positif mempengaruhi minat untuk menggunakan. Berdasarkan penemuan tersebut, mengarahkan penulis untuk merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H8 : *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan pada minat penggunaan *e-payment* syariah.

Dalam penelitian ini menggunakan *islamic financial literacy* sebagai moderasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan *e-payment* syariah. Literasi keuangan dalam hal ini diartikan tentang kemampuan dan pengetahuan seorang individu dalam memahami masalah keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh Satoto & Putra (2021) disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh pada minat konsumen menggunakan uang elektronik.

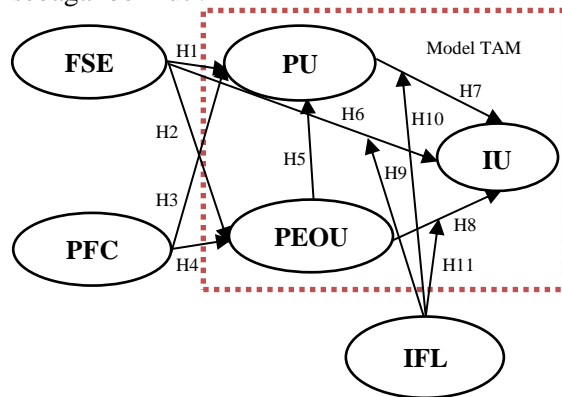
Penelitian yang dilakukan oleh Albaity & Rahman, (2019) menggunakan literasi keuangan syariah memiliki hubungan yang positif terhadap minat untuk menggunakan perbankan syariah. Sejalan dengan penelitian Nugroho & Apriliana (2022) pada pengguna Gopay di Yogyakarta. Seseorang dengan literasi keuangan syariah baik akan memiliki tingkat pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam membuat keputusan. Sehingga, pengguna merasa mudah dan mendapatkan manfaat dalam penggunaannya (Hasyim et al., 2022). Berdasarkan penemuan tersebut, mengarahkan penulis untuk merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H9 : Pengaruh *financial self-efficacy* pada minat menggunakan *e-payment* syariah dimoderasi oleh *islamic financial literacy*.

H10 : Pengaruh *perceived usefulness* pada minat menggunakan *e-payment* syariah dimoderasi oleh *islamic financial literacy*.

H11 : Pengaruh *perceived ease of use* pada minat menggunakan *e-payment* syariah dimoderasi oleh *islamic financial literacy*.

Berdasarkan pengembangan hipotesis diatas berikut kerangka konseptual penelitian digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3. Kerangka Konseptual

2. METODE PENELITIAN

2.1. Pengumpulan Data dan Pengambilan Sampel

Berdasarkan konsep penelitian yang dilakukan, penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yang bertujuan untuk menguji suatu masalah yang diukur dengan angka lalu dilakukan analisis sesuai tahapan statistik dengan berlandaskan pada teori dan membuktikan pada teori tersebut sesuai (Ismayani, 2019). Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif. Dalam artian penelitian ini menjelaskan gambaran interpretasi secara detail terkait fenomena yang terjadi (Kusumastuti et al., 2020).

Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang diperoleh melalui jawaban dari hasil penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM di Kota Malang pengguna *e-payment* syariah. Kuesioner penelitian ini disebarikan secara *online* melalui bantuan *Google Form* dengan pengukuran skor menggunakan skala *likert* 1-5.

Sampel yang digunakan sebanyak 108 sampel dengan menggunakan rumus *Lameshow* nilai alpha 10%. Rumus tersebut digunakan karena jumlah populasi pengguna UMKM pengguna *e-payment* syariah tidak diketahui. Adapun kriteria penentuan sampel penelitian menggunakan *snow balling sampling*, dengan kriteria sebagai berikut :

- a. *Owner/Top* Manajemen pemilik UMKM di Kota Malang.
- b. Pernah melakukan transaksi menggunakan *e-payment* syariah, seperti *LinkAja Syariah*, *BSI Mobile*, *Aladin Syariah*, *Jago Syariah* dan pembayaran syariah lainnya.
- c. Pernah melakukan transaksi menggunakan *e-payment* syariah dalam 3 tahun terakhir.

2.2. Analisis Data

Analisis Partial Least Square – Structured Equation Modeling (PLS-SEM)

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian yaitu *Partial Least Square* (PLS). Menurut Jogiyanto (2011) *Partial Least Square* (PLS) merupakan sebuah uji statistik yang difungsikan sebagai perbandingan serta melakukan analisis hubungan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda (Hamid & Anwar, 2019). Abdillah & Jogiyanto, (2015) mendeskripsikan PLS sebagai analisis persamaan struktural (SEM) berdasarkan pada varian yang dapat secara bersamaan menguji model pengukuran (*outer model*) yang menunjukkan hubungan antara variabel laten dengan indikator dan model struktural (*inner model*) yang menunjukkan hubungan antara variabel eksogen (independen) dan endogen (dependen).

Tahap dalam uji *outer model* menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan, uji *inner model* menggunakan uji *R-Square* dan *Path Coefficient*. Pengolahan data pada penelitian dibantu dengan *software* SmartPLS versi 4.

Analisis PLS Menggunakan Efek Moderasi

Sugiyono, (2017) menjelaskan bahwa efek moderasi merupakan variabel yang mempengaruhi secara kuat atau lemah antar hubungan variabel eksogen dan variabel endogen. Hasil uji signifikansi diketahui melalui tabel *total effect* yang digunakan untuk menguji pengaruh moderasi. Hal ini dimaksudkan agar efek moderasi dapat diuji tanpa hanya melihat bagaimana pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen. Namun, faktor independen dan variabel moderasi memiliki hubungan yang berinteraksi dengan variabel dependen (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Outer Model

Uji model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk menguji dan menilai bahwa *measurement* yang digunakan valid dan reliabel. Uji validitas diukur dengan validitas konvergen dimana menurut (Ghozali & Latan, 2015) nilai *loading factor* dianggap cukup baik mencapai nilai > 0,6 dan nilai *average variance extracted* (AVE) > 0,5. Sedangkan, uji reliabilitas diukur dengan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dianggap cukup baik mencapai nilai > 0,6. Berikut nilai yang dihasilkan hasil uji validitas dan reliabilitas :

Tabel 2 *Outer Loading*

Variabel	Item	Outer Factor
FSE (X1)	X1.1	0,765
	X1.3	0,778
	X1.4	0,769
PS (X2)	X3.1	0,741
	X3.2	0,753
	X3.3	0,737
	X3.4	0,756
PU (X3)	X4.1	0,729
	X4.2	0,787
	X4.3	0,729
	X4.4	0,781
	X4.5	0,705
PEOU (X4)	X5.1	0,667
	X5.2	0,732
	X5.3	0,714
	X5.3	0,820
	X5.5	0,719
IU E-Payment Syariah (Y)	Y1	0,842
	Y2	0,822
	Y3	0,676
	Y4	0,657
	Y5	0,760
IFL (Z)	Z1	0,729
	Z2	0,705
	Z3	0,819
	Z4	0,776

Sumber : *Output SmartPLS*, 2023

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan jika semua indikator dari variabel penelitian berada di atas nilai 0,6 sehingga menunjukkan nilai yang valid.

Tabel 3 *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	AVE
FSE	0,594
PS	0,570
PU	0,536

Variabel	AVE
PEOU	0,573
IU E-Payment Syariah	0,558
IFL	0,558

Sumber : Output SmartPLS, 2023

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa dari ketujuh konstruk telah memenuhi kriteria dari nilai *convergent validity* > 0,5 sehingga dianggap valid.

Tabel 4 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Var.	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)
FSE	0,661	0,663	0,815
PS	0,808	0,816	0,868
PU	0,782	0,791	0,852
PEOU	0,753	0,806	0,841
IU	0,736	0,737	0,835
IFL	0,802	0,810	0,863

Sumber : Output SmartPLS, 2023

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan nilai > 0,6 sehingga variabel penelitian memiliki reliabilitas yang baik untuk mengukur nilai konstruk.

Inner Model

Uji model struktural (*inner model*) diukur dengan nilai *R-Square* terindikasi kuat, moderate, dan lemah jika dihasilkan nilai masing-masing 0.75, 0.50, dan 0.25 dan *path coefficient* dengan nilai > 0 menghasilkan hubungan dengan arah positif dan sebaliknya (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 5 R-Square

Variabel	R-Square	R-square adjusted
IU E-payment Syariah	0,586	0,548
PU	0,443	0,427
PEOU	0,585	0,577

Sumber : Output SmartPLS, 2023

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan nilai *R-square Intention to Use E-payment syariah* 58%, *Perceived Usefulness* 44%, *Perceived Ease of Use* 58% sehingga, nilai tersebut dikatakan cukup berhasil. Dalam artian dapat dijelaskan dengan variabel model penelitian. Sedangkan, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 6 Path Coefficient

Hip.	Variabel Penelitian	T-Statistic	P Values
H1	FSE – PU	1,985	0,047*
H2	FSE – PEOU	1,761	0,078
H3	PS – PU	2,541	0,011*
H4	PS – PEOU	8,231	0,000*

Hip.	Variabel Penelitian	T-Statistic	P Values
H5	PEOU – PU	1,683	0,093
H6	FSE – IU	2,622	0,009*
H7	PU – IU	2,165	0,030*
H8	PEOU - IU	2,569	0,010*
H9	IFL >> FSE - IU	1,989	0,047*
H10	IFL >> PU - IU	0,966	0,334
H11	IFL >> PEOU - IU	0,177	1,175

*) Signifikansi level 0,05

Sumber : Output SmartPLS, 2023

Berdasarkan tabel 6 nilai signifikansi ditentukan dengan perolehan nilai *t-statistic* > 1.96 dan nilai *p-values* < 0,5 (Ghozali & Latan, 2015). Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 9 hipotesis dengan pengaruh hubungan secara langsung terdapat 6 hasil yang signifikan. Sedangkan, dari 4 hipotesis variabel yang dapat dimoderasi oleh *islamic financial literacy* hanya terdapat 1 hipotesis.

3.2. Pembahasan

Hubungan *financial self-efficacy* pada *perceived usefulness*

Berdasarkan pengolahan data penelitian H1 menunjukkan nilai *t-statistic* 1,985 dan *p-values* 0,047. Dari hasil nilai tersebut disimpulkan bahwa variabel *financial self-efficacy* memiliki pengaruh terhadap *perceived usefulness*.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, pelaku UMKM menggunakan informasi keputusan keuangan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki dan pemilik usaha mampu membuat keputusan keuangan usaha dengan baik sehingga pelaku usaha mendapatkan manfaat yang dirasakan saat menggunakan *e-payment syariah*.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dijabarkan oleh Shiau et al., (2020) mengungkapkan bahwa dalam konteks *fintech* individu dengan *financial self-efficacy* yang tinggi melihat peluang daripada ancaman. *Fintech* lebih bermanfaat bagi orang-orang dengan *financial self-efficacy* tinggi serta dapat memiliki rasa percaya diri dengan kemampuan yang dimiliki untuk mengelola keuangan karena dapat merasakan nilai positif yang lebih besar. Penelitian lain didukung oleh Afawubo et al., (2020); Daragmeh et al., (2021).

Hubungan *financial self-efficacy* pada *perceived ease of use*

Berdasarkan pengolahan data penelitian H2 menunjukkan nilai *t-statistic* 1,761 dan *p-values*

0,078. Dari hasil nilai tersebut disimpulkan bahwa variabel *financial self-efficacy* tidak berpengaruh terhadap *perceived ease of use*.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, pelaku UMKM mengelola keuangan usaha sesuai dengan rencana keuangan yang telah dibuat nilainya sangat rendah. Tidak hanya itu, nilai kendala keuangan untuk menggunakan *e-payment* syariah juga sangat rendah sehingga tidak berpengaruh pada kemudahan yang dirasakan.

Hasil penelitian tersebut konsisten dengan penelitian yang dijabarkan oleh Winarno et al., (2021) menjelaskan bahwa dalam layanan *mobile banking*, banyak persaingan layanan yang menghadirkan berbagai promo dan berbagai keuntungan. Sehingga, responden tidak lagi mengutamakan kemudahan penggunaan tetapi lebih menekankan kegunaan aplikasi.

Hubungan *perceived security* pada *perceived usefulness*

Berdasarkan pengolahan data penelitian H3 menunjukkan nilai *t-statistic* 2,541 dan *p-values* 0,011. Dari hasil nilai tersebut disimpulkan bahwa variabel *perceived security* memiliki pengaruh terhadap *perceived usefulness*.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, pelaku UMKM merasa kemungkinan kehilangan uang yang disimpan di *e-payment* syariah rendah serta pemilik usaha percaya *e-payment* syariah yang digunakan memiliki keamanan sehingga pengguna merasa mendapatkan manfaat dalam menggunakan sistem.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dijabarkan oleh Lim et al., (2018) mengungkapkan bahwa penting untuk mempertimbangkan masalah keamanan dalam penggunaan layanan *fintech*. Nguyen et al., (2021) dalam penelitian menjelaskan bahwa pelanggan sangat menyadari bahwa pentingnya keamanan informasi adalah faktor yang mencerminkan kegunaan dari layanan.

Hubungan *perceived security* pada *perceived ease of use*

Berdasarkan pengolahan data penelitian H4 menunjukkan nilai *t-statistic* 8,231 dan *p-values* 0,000. Dari hasil nilai tersebut disimpulkan bahwa variabel *perceived security* memiliki pengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use*.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, pelaku UMKM merasa kemungkinan kehilangan uang yang

disimpan di *e-payment* syariah rendah serta pemilik usaha percaya *e-payment* syariah yang digunakan memiliki keamanan sehingga pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan *e-payment* syariah.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dijabarkan oleh Chawla & Joshi, (2019) menyatakan bahwa keamanan mempengaruhi kemudahan dengan memastikan bahwa harapan pengguna akan melakukan transaksi yang aman dan terjamin.

Hubungan *perceived ease of use* pada *perceived usefulness*

Berdasarkan pengolahan data penelitian H5 menunjukkan nilai *t-statistic* 1,683 dan *p-values* 0,093. Dari hasil nilai tersebut disimpulkan bahwa variabel *perceived security* tidak berpengaruh terhadap *perceived usefulness*.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, pelaku UMKM merasa *e-payment* syariah kurang mempercepat transaksi serta kurang meningkatkan kualitas transaksi sehingga pengguna merasa kurang adanya manfaat yang diperoleh pada sistem.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dijabarkan oleh Sagnier et al., (2020) dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa pengguna mencari pemenuhan kebutuhan mereka pada aplikasi yang digunakan. Jika pengguna memiliki anggapan positif terhadap layanan suatu teknologi saat menggunakan akan menganggap teknologi tersebut mudah digunakan. Penelitian lain didukung oleh Pratiwi et al., (2022).

Hubungan *financial self-efficacy* pada *intention to use e-payment syariah*

Berdasarkan pengolahan data penelitian H6 menunjukkan nilai nilai *t-statistic* 2,622 dan *p-values* 0,009. Dari hasil nilai tersebut disimpulkan bahwa *financial self-efficacy* memiliki pengaruh terhadap *intention to use e-payment* syariah.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, pelaku UMKM menggunakan informasi keputusan keuangan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki serta pemilik usaha mampu membuat keputusan keuangan sehingga berpengaruh pada minat pelaku UMKM untuk menggunakan *e-payment* syariah.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dijabarkan oleh Sindhu Singh, (2018) dalam konteks penggunaa *mobile banking*, jika seseorang percaya memiliki pengetahuan, keterampilan, atau kemampuan yang diperlukan untuk mengelola

keuangan pada dirinya. Terdapat kemungkinan lebih tinggi percaya dalam menggunakan layanan tersebut. Penelitian lain didukung oleh Shiau et al., (2020).

Hubungan *perceived usefulness* pada *intention to use e-payment syariah*

Berdasarkan pengolahan data penelitian H7 menunjukkan nilai *t-statistic* 2,165 dan *p-values* 0,030. Dari hasil nilai tersebut disimpulkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh pada *intention to use e-payment syariah*.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, pelaku UMKM merasa penggunaan *e-payment syariah* dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan dianggap bermanfaat sehingga berpengaruh pada minat pelaku UMKM untuk menggunakan *e-payment syariah*.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dijabarkan oleh Karim et al., (2020) menyebutkan bahwa penggunaan pada sistem *e-wallet* dapat menghemat waktu dan nyaman bagi pengguna untuk melakukan pembayaran. Penelitian lain didukung oleh Aji et al., (2020) meskipun pelanggan memiliki pengalaman yang buruk dalam menggunakan teknologi akan tetap menerimanya jika dianggap bermanfaat.

Hubungan *perceived ease of use* pada *intention to use e-payment syariah*

Berdasarkan pengolahan data penelitian H8 menunjukkan nilai *t-statistic* 2,569 dan *p-values* 0,010. Dari hasil nilai tersebut disimpulkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh pada *intention to use e-payment syariah*.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, pelaku UMKM merasa bahwa dalam menggunakan *e-payment syariah* sangat fleksibel jika digunakan untuk melakukan transaksi serta dapat dikontrol dengan mudah sesuai dengan keinginan sehingga berpengaruh pada minat pelaku UMKM untuk menggunakan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dijabarkan oleh Al-emran et al., (2020); Karim et al., (2020); Alshurideh et al., (2021) menyebutkan bahwa *e-payment* memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran sehingga minat untuk menggunakan meningkat.

Islamic financial literacy dapat memoderasi hubungan *financial self-efficacy* pada *intention to use e-paymnet syariah*

Berdasarkan pengolahan data penelitian H9 menunjukkan nilai *t-statistic* 1,989 dan *p-values* 0,047. Dari hasil nilai tersebut disimpulkan bahwa

islamic financial literacy dapat memperkuat hubungan *financial self-efficacy* pada *intention to use e-payment syariah*.

Hal tersebut menunjukkan dengan dimilikinya pengetahuan tentang keuangan syariah dapat meyakinkan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan sehingga memiliki minat untuk menggunakan *e-payment syariah*. Berdasarkan hasil observasi penelitian, pelaku UMKM dapat menggunakan informasi keputusan keuangan sesuai dengan kemampuan.

Hasil penelitian didukung oleh Shiau et al., (2020) menemukan bahwa orang dengan *financial self-efficacy* yang tinggi lebih cenderung memulai tindakan dan bersikap optimis terhadap hasil sehingga menghasilkan pencapaian dan hasil keuangan pribadi yang lebih menguntungkan.

Islamic financial literacy dapat memoderasi hubungan *perceived usefulness* pada *intention to use e-paymnet syariah*

Berdasarkan hasil olah data penelitian H10 menunjukkan nilai *t-statistic* 0,966 dan *p-values* 0,334. Dari hasil nilai tersebut disimpulkan bahwa *islamic financial literacy* tidak dapat memperkuat hubungan *perceived usefulness* pada *intention to use e-payment syariah*.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, pelaku UMKM hanya mengetahui produk/jas keuangan syariah akan tetapi pemahaman biaya dan manfaat keuangan syariah kurang dimiliki sehingga kurang memperkuat kegunaan yang dirasakan pada minat untuk menggunakan *e-payment syariah*. Hasil penelitian ini didukung oleh Evanita et al., (2020) masyarakat dalam penelitian tersebut hanya sebatas mengetahui namun masyarakat belum mengimplementasikan secara langsung pengetahuan yang didapatkan. Meskipun seseorang paham dengan keuntungan yang didapat tidak mendorong minat masyarakat untuk berinvestasi.

Islamic financial literacy dapat memoderasi hubungan *perceived ease of use* pada *intention to use e-paymnet syariah*

Berdasarkan hasil olah data penelitian H11 menunjukkan nilai *t-statistic* 0,177 dan *p-values* 1,175. Dari hasil nilai tersebut disimpulkan bahwa *islamic financial literacy* tidak dapat memperkuat hubungan *perceived ease of use* pada *intention to use e-payment syariah*.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, meskipun pelaku UMKM mengetahui produk/jas keuangan syariah akan tetapi kepercayaan terhadap keuangan syariah rendah sehingga kurang memperkuat kemudahan yang dirasakan pada minat untuk menggunakan *e-payment* syariah. Hasil penelitian ini didukung oleh Viana et al., (2022) meskipun sebagian responden memiliki tingkat literasi keuangan *well literate*, namun terdapat beberapa alasan yang menyebabkan responden kurang memiliki minat, diantaranya masalah penghasilan dan kurangnya pemahaman untuk menggunakan sistem.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat disimpulkan jika *financial self-efficacy*, *perceived security* memiliki pengaruh pada *perceived usefulness*, *perceived security* memiliki pengaruh pada *perceived ease of use*, *financial self-efficacy*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use* memiliki pengaruh pada *intention to use e-payment* syariah. Sedangkan, *financial self-efficacy* tidak berpengaruh pada *perceived ease of use*, *perceived ease of use* tidak berpengaruh pada *perceived usefulness*. Variabel moderas *islamic financial literacy* memperkuat *financial self-efficacy* pada *intention to use e-payment* syariah. Sedangkan *islamic financial literacy* memperlemah *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* pada *intention to use e-payment* syariah.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, diharapkan bagi penyedia layanan *e-payment* syariah untuk dapat meningkatkan minat pengguna agar lebih memperhatikan kemudahan penggunaan aplikasi serta biaya yang dikeluarkan diharapkan dapat sesuai dengan manfaat yang diberikan. Sedangkan, untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih spesifik terkait *e-payment* syariah yang akan diteliti serta dapat mengembangkan penelitian lebih luas untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat pengguna.

5. REFERENSI

Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. CV ANDI OFFSET.

Afawubo, K., Couchoro, M. K., Agbaglah, M., & Gbandi, T. (2020). Mobile money adoption and households' vulnerability to shocks: Evidence from Togo. *Applied Economics*, 52(10), 1141–1162. <https://doi.org/10.1080/00036846.2019.1659496>

Aji, H. M., Berakon, I., & Riza, A. F. (2020). The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1180–1196. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>

Al-emran, M., Mezhuyev, V., & Kamaludin, A. (2020). Technology in Society Towards a conceptual model for examining the impact of knowledge management factors on mobile learning acceptance. *Technology in Society*, 61(November 2019), 101247. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101247>

Alassafi, M. O. (2022). Materials Today : Proceedings E-learning intention material using TAM : A case study. *Materials Today: Proceedings*, 61, 873–877. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.09.457>

Albaity, M., & Rahman, M. (2019). The intention to use Islamic banking: an exploratory study to measure Islamic financial literacy. *International Journal of Emerging Markets*, 14(5), 988–1012. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2018-0218>

Alshurideh, M. T., Al Kurdi, B., Masa'deh, R., & Salloum, S. A. (2021). The moderation effect of gender on accepting electronic payment technology: a study on United Arab Emirates consumers. *Review of International Business and Strategy*, 31(3), 375–396. <https://doi.org/10.1108/RIBS-08-2020-0102>

Antara, P. M., Musa, R., & Hassan, F. (2016). Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy: The Way Forward in Halal Ecosystem. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 196–202. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30113-7](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30113-7)

Asebedo, S., & Payne, P. (2019). Market Volatility and Financial Satisfaction: The Role of Financial Self-Efficacy. *Journal of Behavioral Finance*, 20(1), 42–52. <https://doi.org/10.1080/15427560.2018.1434655>

Ashfiasari, S., & Fauziah, S. (2021). Pengaruh Social Influence dan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-wallet. *Jurnal Ekonomi Manajemen, Bisnis Dan Sosial (EMBISS)*, 1(4), 307–317. <https://embiss.com/index.php/embiss>

Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>

Daragmeh, A., Sági, J., & Zéman, Z. (2021). Continuous intention to use e-wallet in the context of the covid-19 pandemic: Integrating the health belief model (hbm) and technology continuous theory (tct). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2). <https://doi.org/10.3390/joitmc7020132>

- Elfahmi, R., Solikin, I., & Nugraha. (2020). *Model of Student Investment Intention with Financial Knowledge As A Predictor that Moderated by Financial Selfefficacy and Perceived Risk*. 1(1), 358–372. <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- Evanita, V. P., Yetty, F., & Nugraheni, S. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Imbal Hasil, dan Motivasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah Vania*. 1(2), 121–136.
- Ghozali, & Latan. (2015). *Partial Least Square: Konesp, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Struktur Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*. PT Inkubator Penulis Indonesia. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Hasyim, I. S., Hanif, H., & Anggraeni, E. (2022). Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, And Sharia Financial Literature on The Adoption of Sharia Fintech By MSMEs. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1218–1234. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1572>
- Ismayani, A. (2019). *Metodologi Penelitian*. Syiah Kuala University Press.
- Jamal Haider, M., Changchun, G., Akram, T., & Hussain, S. T. (2018). Does gender differences play any role in intention to adopt Islamic mobile banking? An empirical study. *Journal of Islamic Marketing*.
- Jiixin Zhang, J., Luximon, Y., & Song, Y. (2019). The role of consumers' perceived security, perceived control, interface design features, and conscientiousness in continuous use of mobile payment services. *Sustainability (Switzerland)*, 11(23). <https://doi.org/10.3390/su11236843>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakukan*. Andi Offset.
- Karim, M. W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, M. A., & Anis, M. Z. (2020). Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults. *Journal of International Business and Management*, 3(2), 1–11. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21/>
- Kumar, A., Adlakaha, A., & Mukherjee, K. (2018). The effect of perceived security and grievance redressal on continuance intention to use M-wallets in a developing country. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1170–1189. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2017-0077>
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Deepublish.
- Lim, S. H., Kim, D. J., Hur, Y., & Park, K. (2018). An Empirical Study of the Impacts of Perceived Security and Knowledge on Continuous Intention to Use Mobile Fintech Payment Services. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 35(10), 886–898. <https://doi.org/10.1080/10447318.2018.1507132>
- Majid, R. (2021). The Role of Religiosity in Explaining the Intention to use Islamic FinTech Among MSME Actors. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 4(2), 207–232. <https://doi.org/10.18196/ijief.v4i2.11833>
- Marianus, S., & Ali, S. (2021). Factors Determining the Perceived Security Dimensions in B2C Electronic Commerce Website Usage: An Indonesian Study. *Journal of Accounting and Investment*, 22(1), 104–132. <https://doi.org/10.18196/jai.v22i1.8171>
- Nguyen, D. D., Nguyen, T. D., Nguyen, T. D., & Viet, N. H. (2021). Impacts of Perceived Security and Knowledge on Continuous Intention to Use Mobile Fintech Payment Services: An Empirical Study in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(9), 287–296. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no8.0287>
- Nisa, U. K., & Solekah, N. A. (2022). The Influence of TAM, Social influence, Security Relationship toward Intention to Use E Wallet through Attitude and Trust. *Iqtishoduna*, 18(1), 35–50. <https://doi.org/10.18860/iq.v18i1.12916>
- Nugroho, A. P., & Apriliana, R. M. (2022). Islamic Financial Literacy and Intention to Use Gopay in Yogyakarta: Extended Theory of Acceptance Models. *KnE Social Sciences*, 2022(2), 329–338. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i10.11370>
- Nunes, A., Portela, F., & Santos, M. F. (2018). Improving pervasive decision support system in critical care by using technology acceptance model. *Procedia Computer Science*, 141, 513–518. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.10.133>
- Pratiwi, D., Rahmiati, & Abror. (2022). The Influence of Ease of Use, E-service Quality, and Perceived Usefulness as An Intervening Variable Intention to Use Zalora Online Fashion Application. *Banking and Manage*, 11(1), 1553–1568.
- Sagnier, C., Loup-escande, E., Lourdeaux, D., Thouvenin, I., Valléry, G., Sagnier, C., Loup-escande, E., Lourdeaux, D., Sagnier, C., & Loup-escande, E. (2020). User Acceptance of Virtual Reality: An Extended Technology Acceptance Model User Acceptance of Virtual Reality: An Extended Technology Acceptance Model. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 00(00), 1–15. <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1708612>

- Sari, R. C., Rika Fatimah, P. L., Ilyana, S., & Dwi Hermawan, H. (2021). Augmented reality (AR)-based sharia financial literacy system (AR-SFSL): a new approach to virtual sharia financial socialization for young learners. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 15(1), 48–65. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2019-0484>
- Sarmah, R., Dhiman, N., & Kanojia, H. (2020). Understanding intentions and actual use of mobile wallets by millennial: an extended TAM model perspective. *Journal of Indian Business Research*, 13(3), 361–381. <https://doi.org/10.1108/JIBR-06-2020-0214>
- Satoto, S. H., & Putra, H. N. K. (2021). The Effect of Financial Literacy and other Determinants on the Intention to Use Electronic Money: Consumer Behavior as a Variable Mediation. *International Journal of Applied Business and International Management*, 6(3), 23–34. <https://doi.org/10.32535/ijabim.v6i3.1326>
- Shaikh, I. M., Qureshi, M. A., Noordin, K., Shaikh, J. M., Khan, A., & Shahbaz, M. S. (2020). *Acceptance of Islamic financial technology (FinTech) banking services by Malaysian users : an extension of technology acceptance model*. 22(3), 367–383. <https://doi.org/10.1108/FS-12-2019-0105>
- Sheila Pinasti, U., Yuli Astuti, M., Prajna Cantika, V., Anfanni Fahmi, R., & Tulasmi, T. (2022). Influence of Financial Ability, Financial Knowledge, and Security on The Interest in Using Digital Payments as a Development of Sharia Economy. *KnE Social Sciences*, 2022(4), 152–166. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i10.11354>
- Shiau, W. L., Yuan, Y., Pu, X., Ray, S., & Chen, C. C. (2020). Understanding fintech continuance: perspectives from self-efficacy and ECT-IS theories. *Industrial Management and Data Systems*, 120(9), 1659–1689. <https://doi.org/10.1108/IMDS-02-2020-0069>
- Sindhu Singh, R. . S. (2018). Article information : Predicting the Intention to Use Mobile Banking in India Introduction. *International Journal of Bank Marketing*, 36 No. 2, 357–378.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suryati, & Yoga, I. (2021). The Influence of Perceived of Use, Trust and Security on Intention to Use E-Wallet. *Journal of Management and Islamic Finance*, 1(2), 294–308. <https://doi.org/10.22515/jmif.v1i2.4692>
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2022). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(3), 252–264. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>
- Winarno, W. A., Ud, I. M. A. S., & Palupi, T. W. (2021). *Perceived Enjoyment , Application Self-efficacy , and Subjective Norms as Determinants of Behavior Intention in Using OVO Applications*. 8(2), 1189–1200. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1189>
- Yoebrilanti, A., Nurhyani, N., & Ikhsan, K. (2022). M-Payment and Covid-19: Understanding the Determinants of Consumers Adopting and Recommending Digital Payment System. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 10(1), 58–70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v10i1.6614>