

SKRIPSI

PENGARUH PENGALAMAN, LITERASI DIGITAL, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP PENGUNAAN APLIKASI KEUANGAN SYARIAH PADA GENERASI Z DIKOTA BANDA ACEH



Disusun oleh:

**DELLYANA HARTI PRATIWI
NIM. 210603064**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M/1447**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Dellyana Harti Pratiwi
NIM : 210603064
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh,
Yang Menyatakan,



Dellyana
(Dellyana Harti Pratiwi)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

PENGARUH PENGALAMAN, LITERASI DIGITAL, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI KEUANGAN SYARIAH PADA GENERASI Z DI KOTA BANDA ACEH

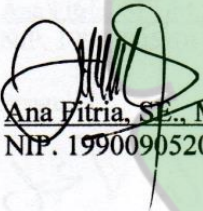
Disusun Oleh:

Dellyana Harti Pratiwi

NIM: 210603064

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



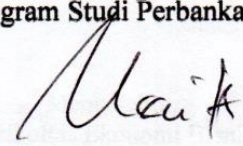
Ana Fitria, S.E., M.Sc
NIP. 199009052019032019

Pembimbing II



Dara Amaratillah, M. Sc. Fin
NIP. 198702222023212041

Mengetahui,
Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

PENGARUH PENGALAMAN, LITERASI DIGITAL, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI KEUANGAN SYARIAH PADA GENERASI Z DI KOTA BANDA ACEH

Dellyana Harti Pratiwi

NIM: 210603064

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi S-rata Satu (S-1) dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Senin 11 Mei 2026
Zulhijah 1447

Ketua

Sekretaris

Ana Fitria, SE., M.Sc
NIP. 199009052019032019

Dara Amanatillah, M. Sc. Fin
NIP. 198702222023212041

Penguji I

Penguji II

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP. 198310282015031001

Cut Elfida, S.HI., M.A.
NIP. 198912122023212076

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
Uin Ar-Raniry Banda Aceh

Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec.
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Dellyana Harti Pratiwi

NIM : 210603064

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : 210603064@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐

Tugas Akhir

☐

KKU

☐

Skripsi

☐

.....

yang berjudul:

**PENGARUH PENGALAMAN, LITERASI DIGITAL, KEPERCAYAAN
DAN KEAMANAN TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI
KEUANGAN SYARIAH PADA GENERASI Z DI KOTA BANDA ACEH**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Banda Aceh

Pada tanggal : 11 Mei 2026

Mengetahui

Penulis

Dellyana Harti Pratiwi
NIM. 210603064

Pembimbing I

Ana Fitria, SE., M.Sc.
NIP. 199009052019032019

Pembimbing II

Dara Amanatillah, M. Sc. Fin
NIP. 198702222023212041

KATA PENGANTAR



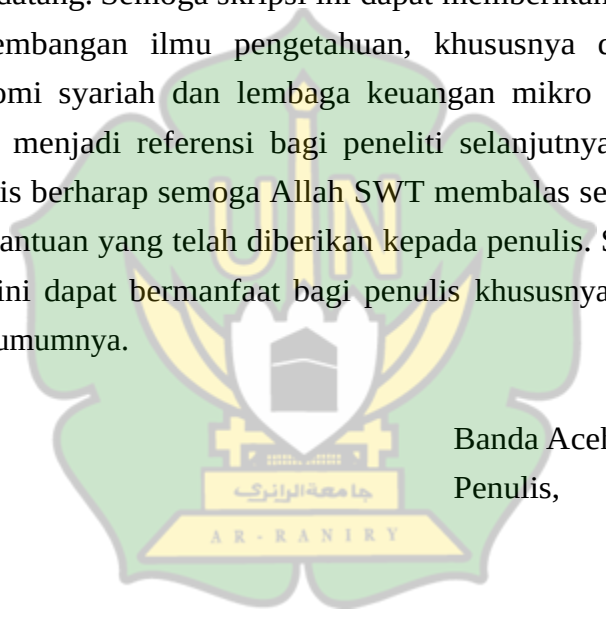
Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur yang tiada terhingga penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang, atas segala rahmat, taufik, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, para sahabat, dan umatnya hingga akhir zaman. Terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan moral dan material, serta pengorbanan yang luar biasa dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis. Skripsi ini berjudul **"PENGARUH PENGALAMAN, LITERASI DIGITAL, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI KEUANGAN SYARIAH PADA GENERASI Z DI KOTA BANDA ACEH"** yang disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. dalam kapasitasnya sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag. sebagai Ketua Program Studi dan Ana Fitria, S.E., M.Sc. sebagai Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Hafizh Maulana, SP., S.Hi., M.E. sebagai Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Rika Mulia M.B.A. Penasehat akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Perbankan Syariah.
5. Ana Fitria, SE., M. Sc dan Dara Amanatillah, M. Sc. Fin selaku dosen pembimbing I dan II yang telah memberikan kontribusi ilmu pengetahuan dan bimbingan yang sangat berharga hingga karya tulis ini dapat diselesaikan dengan optimal.
6. Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A dan Cut Elfida, S.HI., M.A. selaku dosen penguji I dan II yang telah memberikan kritik dan saran masukan yang telah diberikan serta motivasi yang sangat berharga hingga karya tulis ini dapat diselesaikan dengan optimal.
7. Terimakasih kepada kedua Orang Tua tercinta, Ayahanda Azhar dan Ibunda Murti delima yang selalu memberi dukungan, serta segala doa, kasih sayang dan selalu mengingatkan penulis agar menyelesaikan skripsi ini. Saudara kandung saya, Adik saya Dwi Harti Ameliya yang selalu memberi support agar saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Teruntuk sahabat saya, Auzie, Hasna, Iklima, Kemala, Silvi, yang selalu mendengar keluh kesah saya selama penulisan skripsi ini, dan mengingatkan saya untuk beristirahat. Teman-teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah yang telah berbagi suka dan duka selama menempuh pendidikan dan saling memberikan dukungan dalam

penyelesaian studi. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syariah dan lembaga keuangan mikro syariah, serta dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya. Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

The logo of Ar-Raniry Islamic University is a circular emblem. It features a central shield with a white background and a grey geometric design. Above the shield is a yellow banner with Arabic calligraphy. Below the shield is another yellow banner with the text 'AR-RANIRY'. The entire emblem is set against a green background with a subtle floral pattern.

Banda Aceh,
Penulis,

Dellyana Harti Pratiwi

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
وَ	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / يَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :*qāla*

رَمَى :*ramā*

قِيلَ :*qīla*

يَقُولُ :*yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/
al Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَة : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Dellyana Harti Pratiwi
Nim : 210603064
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Studi :
Judul : Pengaruh Pengalaman, Literasi Digital, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah Pada Gen Z di Kota Banda Aceh
Pembimbing I : Ana Fitria, SE., M.Sc
Pembimbing II : Dara Amanatillah, M. Sc. Fin

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman, literasi digital, kepercayaan, dan keamanan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada gen Z di Kota Banda Aceh, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian menggunakan data primer dengan lokasi penelitian di Kota Banda Aceh dengan pertimbangan tingginya penggunaan aplikasi keuangan syariah oleh generasi Z yang dilakukan selama satu bulan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Jumlah sampel sebanyak 384 responden yang ditentukan menggunakan rumus *Lemeshow* dengan tingkat kesalahan sebesar 5%. Metode analisis data yang digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pengalaman, literasi digital, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada gen Z di Kota Banda Aceh. Dan secara simultan pengalaman, literasi digital, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah, yang menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan penggunaan aplikasi keuangan syariah pada gen Z di Kota Banda Aceh.

Kata kunci: Pengalaman, literasi digital, kepercayaan, keamanan, penggunaan aplikasi keuangan syariah.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL	iv
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	v
KATA PENGANTAR	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	ix
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Pembahasan.....	12
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 15
2.1 Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah.....	15
2.1.1 Pengertian Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah	15
2.1.2 Indikator Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah	17
2.1.3 Penggunaan Aplikasi Keuangan Perspektif Syariah	18
2.2 Pengalaman.....	19
2.2.1 Pengertian Pengalaman.....	19
2.2.2 Indikator Pengalaman	20
2.3 Literasi Digital	22
2.3.1 Pengertian Literasi Digital.....	22
2.3.2 Indikator Literasi Digital	25
2.3.3 Literasi Digital dalam Perspektif Islam	26
2.4 Kepercayaan	28
2.4.1 Pengertian Kepercayaan	28
2.4.2 Indikator Kepercayaan.....	30
2.4.3 Kepercayaan dalam Perspektif Islam	30

2.5 Keamanan	32
2.5.1 Pengertian Keamanan	32
2.5.2 Indikator Keamanan	34
2.5.3 Keamanan dalam Perspektif Islam	35
2.6 Penelitian Terdahulu.....	37
2.7 Keterkaitan Antar Variabel.....	45
2.7.1 Pengaruh Pengalaman Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah.....	45
2.7.2 Pengaruh Literasi Digital Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah.....	46
2.7.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah.....	47
2.7.4 Pengaruh Keamanan Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah.....	48
2.8 Kerangka Berpikir	50
2.9 Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Pendekatan Penelitian.....	52
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	52
3.3 Populasi dan Sampel.....	52
3.4 Jenis Penelitian dan Sumber Data Penelitian	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data	55
3.6 Definisi Operasional.....	56
3.7 Teknik Analisis Data	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Yang digunakan	67
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Awal Penggunaan Apk.....	69
4.6 Analisis Deskriptif.....	70
4.7 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	70

4.7.1 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengalaman	70
4.7.2 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Literasi Digital.....	73
4.7.3 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan	75
4.7.4 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan.....	77
4.7.5 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah	79
4.8 Hasil Uji Alat Ukur	82
4.8.1 Uji Validitas.....	82
4.8.2 Uji Reliabilitas.....	85
4.9 Hasil Pengujian Asumsi Klasik	86
4.9.1 Uji Normalitas.....	86
4.9.2 Uji Multikolinieritas.....	88
4.9.3 Uji Heterokedastisitas	89
4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	90
4.11 Hasil Pengujian Hipotesis.....	93
4.11.1 Uji Parsial (Uji t).....	93
4.11.2 Uji Simultan (Uji f).....	94
4.11.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	96
4.12 Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
4.12.1 Variabel Pengalaman Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah.....	97
4.12.2 Variabel Literasi Digital Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah.....	97
4.12.3 Variabel Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah.....	100
4.12.4 Variabel Keamanan Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah.....	102
BAB V PENUTUP	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penduduk Generasi Z Kota Banda Aceh (Kelahiran Tahun 1997-2012).....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3.1 Parameter Penelitian.....	56
Tabel. 3.2 Definisi Operasional Penelitian.....	58
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Aplikasi Keuangan Syariah Yang Digunakan	68
Table 4.5 Data Responden Berdasarkan Tahun Awal Penggunaan Aplikasi (5 Tahun Terakhir).....	69
Tabel 4.7.1 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Pengalaman	71
Tabel 4.7.2 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Literasi Digital.....	73
Tabel 4.7.3 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Kepercayaan	75
Tabel 4.7.4 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Keamanan.....	77
Tabel 4.7.5 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah ..	79
Tabel 4.8.1 Hasil Uji Validitas	83
Tabel 4.8.2 Uji Reliabilitas.....	85
Tabel 4.9.1 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	87
Tabel 4.9.2 Hasil Uji Multikolinearitas	89
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linear Berganda.....	91
Tabel 4.11.2 Hasil Uji Simultan	95
Tabel 4.11.3 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Aplikasi Keuangan Syariah Kota Banda Aceh.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	50
Gambar 4.9 Hasil Uji Normalitas	86
Gambar 4.9.3 Hasil Uji Scatterplot	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian.....	113
Lampiran II Hasil Uji Instrumen	125
Lampiran III. Daftar Riwayat Hidup	132



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era digitalisasi saat ini menampakkan potensi yang cukup menjanjikan dalam pola perilaku dan gaya hidup masyarakat yang memiliki akses transaksi ke sistem perbankan melalui penyediaan layanan keuangan syariah (Ahmad, 2022). Beberapa instansi telah bekerjasama dengan *platform e-commerce*, aplikasi daring, dan berbagai layanan serupa untuk mengoptimalkan peluang yang diberikan teknologi di Indonesia (Azizah, 2021).

Transaksi keuangan yang mulanya dilakukan secara manual kini telah bertransformasi menjadi digital dengan hadirnya inovasi teknologi keuangan yang dikenal dengan istilah *fintech*. *Fintech* merupakan inovasi dari perkembangan transaksi digital dalam bidang keuangan hasil gabungan dari teknologi dan jasa keuangan (Apriani et al., 2023).

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim terhadap pentingnya menjalankan aktivitas keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam, aplikasi keuangan syariah semakin diminati. Aplikasi keuangan syariah tidak hanya menyediakan layanan perbankan atau pembiayaan bebas riba, tetapi juga mengedepankan aspek keadilan, transparansi, dan keberlanjutan dalam pengelolaan keuangan (Supriati, 2020).

Perkembangan aplikasi digital merupakan bagian penting dari transformasi digital dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, komunikasi, hingga layanan keuangan. Aplikasi digital membuka peluang baru bagi pengguna untuk mendapatkan layanan secara *real time*, *fleksibel*, dan *personalized*, sesuai dengan kebutuhan penggunaannya.

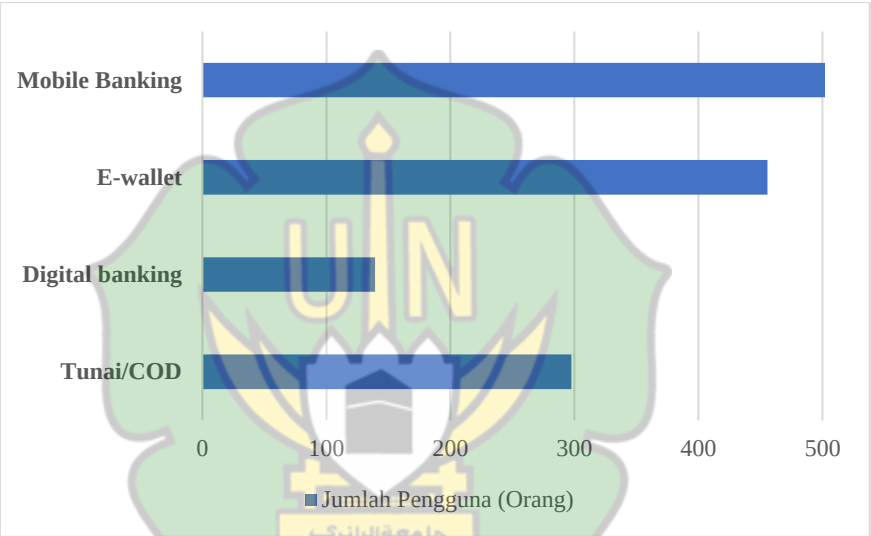
Dalam menggunakan suatu teknologi dan produk keuangan, masyarakat harus memiliki literasi digital yang baik agar dapat memanfaatkan produk keuangan yang baik dan benar. Literasi digital bisa juga diartikan sebagai kemampuan individu untuk menerapkan keterampilan fungsional masing-masing individu pada penggunaan perangkat digital sehingga dapat menemukan dan memilih informasi yang diinginkan (M.G. Izzuddin, 2022).

Sebagai industri penyedia jasa, lembaga keuangan syariah dituntut memberikan layanan berdasarkan karakteristik nasabahnya, salah satunya *mobile banking* dengan berbagai fitur-fitur yang inovatif sangat membantu masyarakat dalam melakukan segala bentuk transaksi keuangan (Widianti, 2024).

Menggunakan *mobile banking*, nasabah dapat dipermudah dalam melakukan berbagai transaksi baik non-finansial maupun finansial. Transaksi non finansial seperti mengetahui informasi saldo, dan mutasi rekening. Sedangkan transaksi finansial antara lain melakukan pembayaran listrik, asuransi, akademik, membeli pulsa, transfer dana, dan pembayaran zakat (Sari, 2025).

Menurut Katadata Insight Center (KIC), kemudahan penggunaan, keamanan, penghematan waktu, promo, dan proses pembukaan akun yang mudah adalah alasan utama memilih untuk menggunakan aplikasi keuangan syariah (katadata.com, 2024).

Gambar 1.1
Pengguna Aplikasi Keuangan Syariah Kota Banda Aceh



Sumber: www.bsi.com/2024

Berdasarkan gambar 1.1 diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 542.161 orang menggunakan aplikasi *mobile banking*, menjadikan sebagai pilihan utama dalam layanan keuangan digital. Sementara itu, *e-wallet* juga menunjukkan popularitas yang signifikan dengan tingkat penggunaan mencapai 455.7 orang. Di sisi lain, digital banking masih tergolong kurang diminati, dengan hanya 139.2 orang yang menggunakannya. Meskipun alat pembayaran digital sudah beragam, masih ada 297.6 orang yang menggunakan metode

pembayaran tunai atau *cash on delivery* (COD) saat belanja online. Dari keseluruhan pengguna aplikasi keuangan syariah di atas sekitar 50% dari data dikuasai oleh generasi Z Kota Banda Aceh (BSI, 2024).

Gen Z merupakan generasi remaja yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, mereka tumbuh dengan akses ke Internet dan teknologi digital. Kehidupan *gen z* tidak lepas dari internet, karena mereka lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi. Populasi *gen Z* di Kota Banda Aceh ternyata sangat banyak. Berdasarkan hasil sensus penduduk BPS di tahun 2024 melaporkan bahwa ada 85.14 juta orang *gen Z* di Kota Banda Aceh atau sekitar 32.37% dari total penduduk Kota Banda Aceh (BPS, 2024). Generasi *Z* saat ini diperkirakan berusia 13 – 28 tahun. Sebagian besar *gen Z* belum masuk usia produktif, namun diperkirakan sekitar tujuh tahun yang akan datang, mereka akan masuk ke usia produktif (BPS B. A., 2024).

Saat ini, generasi *Z* bagian dari angkatan kerja aktif yang memiliki potensi untuk memanfaatkan layanan serta produk bank syariah. Salah satu karakteristik generasi ini adalah prioritas mereka terhadap menabung, sehingga sosialisasi intensif dapat dilakukan melalui pemanfaatan teknologi finansial (Nurrohman dan Qurniawati, 2022).

Beberapa faktor penting yang dapat mempengaruhi penggunaan aplikasi keuangan syariah oleh generasi *Z* antara lain adalah pengalaman penggunaan aplikasi digital, tingkat literasi

digital, kepercayaan terhadap penyedia layanan, serta persepsi terhadap keamanan aplikasi (Dahmiri, 2021).

Pengalaman pengguna memainkan peran penting dalam membentuk persepsi terhadap kemudahan dan manfaat aplikasi. Generasi Z mengutamakan aplikasi yang mudah digunakan, ketersediaan fitur yang sesuai kebutuhan, waktu loading yang cepat dan sistem yang responsif, serta sangat bergantung pada keyakinan mereka bahwa aplikasi benar-benar menjalankan prinsip syariah secara transparan dan autentik (Naufal, 2021).

Oleh karena itu, pengembang aplikasi keuangan syariah perlu focus pada peningkatan kualitas pengalaman pengguna agar dapat bersaing dan memenuhi ekspektasi gen Z yang semakin kritis dan selektif terhadap teknologi digital. Sementara itu literasi digital berperan dalam menentukan sejauh mana individu mampu memahami, menilai, dan memanfaatkan informasi digital secara efektif dan aman. Peningkatan pemahaman literasi digital membuat generasi Z lebih nyaman dan percaya diri dalam menggunakan aplikasi *e-commerce* untuk melakukan setiap transaksi.

Menurut Davis, intensi perilaku penggunaan aktual di dapat dari model TAM (*Technology Acceptance Model*), dua faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi adalah persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan persepsi kegunaan (*usefulness*) (Venkatesh, 1996). Jika aplikasi *e-commerce* dianggap mudah digunakan dan bermanfaat, maka pengguna lebih cenderung untuk menggunakannya.

Literasi digital berkaitan erat dengan transformasi digital sektor perbankan. Transformasi digital melampaui penyediaan *mobile banking* atau *online banking*. Diperlukan inovasi untuk menggabungkan teknologi digital dan interaksi konsumen, dengan hadirnya teknologi baru ini mampu memberikan kemudahan akses terhadap produk perbankan dan layanan (Tiffani, 2023).

Menurut Asrori dalam penelitiannya menyatakan bahwa kepercayaan konsumen terhadap platform *e-commerce* dan instansi yang berkerjasama dengan system keuangan syariah merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan aplikasi tersebut (Asrori, 2019).

Aspek kepercayaan terhadap aplikasi keuangan syariah, baik dari sisi kepatuhan terhadap prinsip syariah maupun dari sisi reputasi penyedia layanan, juga menjadi kunci dalam membangun loyalitas pengguna. Untuk menjaga eksistensi perbankan tersebut tentunya pihak bank membutuhkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang digunakan.

Kepercayaan ini juga menjadi suatu faktor penting dalam menjalankan sebuah produk bank termasuk penggunaan *mobile banking*. Morgan dan Hunt (1994) dalam (Dahmiri, 2021). Mendefinisikan kepercayaan akan terjadi apabila seseorang juga memiliki kepercayaan diri dalam sebuah kemitraan yang dipengaruhi oleh nilai dan komunikasi serta pengendalian perilaku yang berintegritas. Kepercayaan menjadi sebuah keyakinan terhadap pihak tertentu yang meyakini bahwa orang yang dipercayai dapat

memenuhi segala kewajiban dengan baik sesuai yang diharapkan (Priansa, 2017).Di samping itu, aspek keamanan, seperti perlindungan data pribadi dan system transaksi, menjadi perhatian utama dalam konteks penggunaan aplikasi keuangan syariah.

Berdasarkan hasil sensus penduduk BPS Kota Banda Aceh tahun 2024 tercatat 262,96 ribu jiwa, angka ini bertambah dibanding 2023 dan lebih tinggi dibanding Desember 2021. Selama lima tahun terakhir, rata-rata pertumbuhan tahunan (CAGR) jumlah penduduk di wilayah ini turun 0,16%. Pertumbuhan ini lebih rendah dibandingkan dengan pertumbuhan lima tahun sebelumnya yang tercatat 1,66% (BPS B. A., 2024). Berikut tabel data jumlah penduduk menurut umur di Kota Banda Aceh pada tahun 2024. spesifikasi generasi Z:

Tabel 1.1
Data Penduduk Generasi Z Kota Banda Aceh
(Kelahiran Tahun 1997-2012)

No.	Umur (Tahun)	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Persentase (%)
1	13-14	25.82	9.82
2	15-19	22.39	8.51
3	20-24	18.33	6.97
4	25-28	18.6	7.07
	Jumlah Total	85.14	32.37

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Banda Aceh, Data 2024

Berdasarkan keterangan data di atas bahwa generasi Z yang mendominasi jumlah penduduk hampir 85,14 ribu jiwa atau sekitar 32,37%. Umur 10-14 tahun 25,82 ribu jiwa atau sekitar 9,82%, umur

15-19 tahun 22,39 ribu jiwa atau sekitar 8,51%, umur 20-24 tahun 18,33 ribu jiwa atau sekitar 6,97%, umur 25-29 tahun 18,6 ribu jiwa atau sekitar 7,07%.

Hal ini berdampak pada peningkatan penggunaan aplikasi *e-commerce* keuangan syariah. Generasi Z yang mendominasi populasi merupakan pangsa pasar potensial bagi bank syariah dan perlu mendapatkan perhatian khusus agar minat mereka terhadap produk dan layanan bank syariah dapat meningkat.

Hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti terkait pengalaman, literasi digital, kepercayaan, dan keamanan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah yang di dapat daripada generasi z yaitu pengguna memahami dan memanfaatkan fitur-fitur aplikasi keuangan syariah. Kemudahan penggunaan juga menjadi faktor kunci, di mana pengguna cenderung lebih memilih teknologi yang sederhana dan tidak memerlukan usaha besar dalam penggunaannya (Ardyanto, 2016). Sementara dari kepercayaan gen z dalam penggunaan aplikasi keuangan syariah dengan perilaku yang tidak menyusahkan dan lebih simpel serta melihat ulasan positif dari pengguna lain dan adanya jaminan keamanan dan perlindungan dari aplikasi yang ditawarkan.

Selain itu, kepercayaan gen Z dalam penggunaan aplikasi keuangan syariah dapat ditinjau dari faktor krusial, di mana dalam proses transaksi tidak cukup membawa uang tunai. sehingga penggunaan QRIS mobile banking menjadi solusi yang tepat (Salshabila, 2025). Oleh karena itu, aspek keamanan juga

memainkan peran penting, karena kekhawatiran terhadap risiko pencurian data atau transaksi yang tidak aman dapat mengurangi minat pengguna terhadap sistem pembayaran digital (Utomo et Al, 2024).

Aspek keamanan aplikasi keuangan syariah mencakup perlindungan data pribadi dan dana melalui autentikasi berlapis, enkripsi data, dan praktik keamanan yang baik dari pengguna seperti menggunakan jaringan aman dan tidak berbagi informasi rahasia. Pengguna harus selalu menggunakan aplikasi resmi, mengganti kata sandi secara berkala, tidak melakukan transaksi di Wi-Fi publik, waspada terhadap *phishing*, dan secara rutin memantau transaksi untuk mendeteksi aktivitas mencurigakan.

Sebaliknya, kurangnya literasi digital dan kepercayaan dapat menghambat adopsi aplikasi keuangan syariah, bahkan pada individu yang memiliki pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah. Kepercayaan dapat dibangun dengan bukti bahwa aplikasi tersebut telah melalui proses sertifikasi syariah.

Pada penelitian sebelumnya, (Saputra, 2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital dan kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking bank BSI. Penelitian (Salshabila, 2025) menunjukkan bahwa pengaruh literasi digital terhadap penggunaan Qris BSI berpengaruh signifikan secara parsial. Dalam teori dan fakta di lapangan sudah sesuai bahwa gen Z memilih penggunaan aplikasi keuangan syariah melalui pemahaman

literasi digital serta kepercayaan terhadap produk dan layanan keuangan syariah yang ditawarkan perbankan syariah.

Permasalahan dan kondisi yang telah diuraikan diatas, dirasa dapat mempengaruhi gen Z dalam menggunakan aplikasi keuangan syariah. Untuk itu perbankan syariah perlu memberikan kemudahan, kenyamanan, keamanan dan dukungan pada layanan keuangan syariah yang tersedia.

Berdasarkan pada uraian tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul **“Pengaruh Pengalaman, Literasi Digital, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah Pada Generasi Z di Kota Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah

1. Apakah pengalaman berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh?
2. Apakah literasi digital berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh?
4. Apakah keamanan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh?

5. Apakah pengalaman, literasi digital, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.
5. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman, literasi digital, kepercayaan, dan keamanan secara simultan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

Memperkaya ilmu pengetahuan, serta menguji dan mengembangkan teori di bidang penggunaan aplikasi keuangan syariah dan menjadi sumber referensi penelitian selanjutnya

1.4.2 Manfaat Praktis

Untuk pihak-pihak pengguna terkait, memecahkan masalah konkret dan mencari solusi, serta meningkatkan kualitas dalam profesionalisme kerja, pengembangan program sebagai bahan pertimbangan menentukan strategi atau keputusan.

1.4.3 Manfaat Kebijakan

Bagi pemangku kebijakan seperti OJK dapat memberi masukan sebagai bahan pertimbangan yang kuat bagi pihak yang membutuhkan. Serta membantu perumusan kebijakan yang baik.

1.5 Sistematika Pembahasan

Pada bagian sistematika pembahasan, peneliti menyajikan bagian-bagian bab serta isi dari proposal ini sehingga memudahkan pembaca dalam memahami bagian isi proposal ini. Adapun bagian-bagian tersebut, yaitu:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang yang berisi mengenai gambaran pembahasan dari judul yang diambil peneliti, rumusan masalah yaitu permasalahan yang diambil oleh peneliti dari pembahasan pada latar belakang untuk diteliti, kemudian terdapat tujuan masalah atau manfaat masalah yaitu alasan peneliti mengambil judul dan manfaat dari hasil penelitian tersebut serta terdapat sistematika yaitu gambaran secara umum mengenai isi bab dari proposal skripsi ini.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai teori terkait yaitu pembahasan secara luas terhadap judul yang diambil oleh peneliti, tinjauan peneliti yaitu peneliti menyampaikan hasil dari temuan-temuan peneliti sebelumnya yang mendekati pada hasil penelitian yang dilakukan, model penelitian dan kerangka berpikir yaitu peneliti memberikan gambaran atau kerangka yang menjelaskan mengenai hubungan antar variabel pada judul yang diteliti.

Bab III Metodologi Penelitian

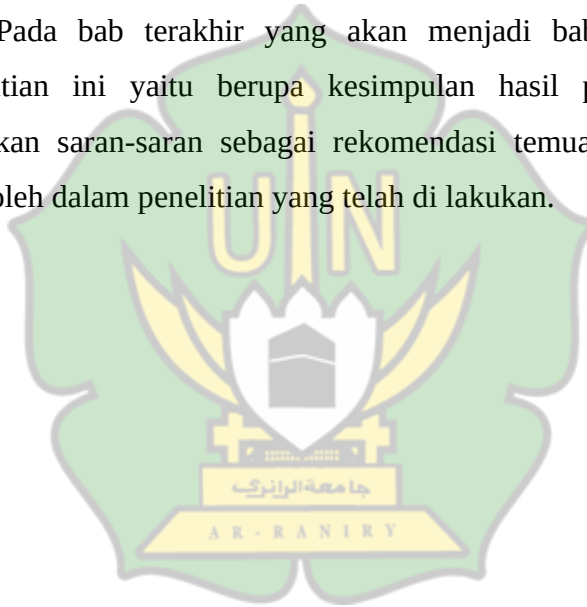
Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai metode penelitian yaitu metode yang digunakan peneliti untuk mencari fakta terhadap permasalahan dengan cara membuat rencana dan prosedur penelitian, data dan teknik perolehannya yaitu menjelaskan mengenai informasi terkait populasi dan sampel yang digunakan dan teknik pengumpulan data yaitu peneliti menjelaskan mengenai cara memperoleh data data tersebut.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini berisi hasil yang di peroleh dari penelitian serta pembahasan yang di lakukan peneliti. Dan penelitian ini juga membahas mengenai Pengaruh pengalaman literasi digital, kepercayaan dan keamanan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

BAB V Penutup

Pada bab terakhir yang akan menjadi bab penutup dari penelitian ini yaitu berupa kesimpulan hasil penelitian serta berisikan saran-saran sebagai rekomendasi temuan-temuan yang diperoleh dalam penelitian yang telah di lakukan.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah

2.1.1 Pengertian Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah

Ada beberapa teori utama tentang perilaku penggunaan teknologi yaitu:

1) Technology Acceptance Model (TAM)

TAM merupakan model teoritis yang khusus digunakan untuk menentukan perilaku pengguna terhadap penggunaan sistem informasi/teknologi. Model yang diterima teknologi atau umumnya dikenal sebagai model yang diterima teknologi (TAM) ini juga merupakan sistem yang digunakan untuk memprediksi penerimaan pengguna tentang penggunaan teknologi baru.

TAM menjelaskan hubungan kausal antara dua faktor utama yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* dengan *Behavioral Intention To Use* dan perilaku penggunaan dalam penggunaan teknologi yang pada umumnya *Usage Behavior* dipengaruhi oleh *Behavioral Intention To Use* yang memiliki hubungan mediasi antara *Perceived Usefulness* dan Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Perilaku Penggunaan (Davis, 1989)

2) Theory of Reasoned Action (TRA)

TRA merupakan menjelaskan tentang perilaku yang berubah berdasarkan hasil dari niat perilaku, dan niat perilaku dipengaruhi oleh norma sosial dan sikap individu terhadap perilaku. TRA

menjelaskan hubungan kausal antara dua faktor utama yaitu *attitude* (sikap) yaitu evaluasi individu terhadap konsekuensi dari suatu perilaku. Dan *subjective norms* (norma subjektif) yaitu keyakinan individu tentang apa yang dipikirkan orang lain penting tentang perilakun. Oleh karena itu, hubungan keduanya secara langsung memengaruhi niat perilaku (Ajzen & Fishbein, 1975)

3) **Theory of Planned Behavior (TPB)**

TPB merupakan pengembangan dari TRA, teori psikologi sosial yang digunakan untuk memahami dan memprediksi perilaku manusia. Teori ini menyatakan bahwa prediktor utama dari suatu perilaku adalah niat (*intention*) individu untuk melakukan perilaku tersebut, dan niat itu sendiri dipengaruhi oleh tiga komponen utama: *attitude* (sikap), *subjective norms* (norma subjektif), *perceived behavioral control* (kontrol perilaku yang dirasakan) yaitu mengacu pada persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku tertentu.

TPB berpendapat bahwa semakin positif sikap seseorang terhadap suatu perilaku, semakin kuat dukungan sosial yang dirasakan, dan semakin tinggi kontrol yang dirasakan terhadap perilaku tersebut, maka semakin kuat pula niatnya untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 1991).

2.1.2 Indikator Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah

Adapun tahapan perilaku pengguna dari model TAM yang digunakan untuk mengukur penggunaan aktual teknologi adalah sebagai berikut (Davis, 1989):

a) Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Adalah tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu system atau teknologi dapat dilakukan dengan mudah dan tidak memerlukan usaha yang besar.

b) Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Adalah tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu system atau teknologi dapat meningkatkan kinerja, efektivitas, dan efisiensi dalam menyelesaikan pekerjaan atau aktivitas tertentu.

c) Sikap Penggunaan (*Attitude Using*)

Adalah evaluasi atau penilaian positif atau negatif individu terhadap penggunaan suatu system atau teknologi berdasarkan pengalaman dan persepsi yang dimiliki.

d) Intensi Perilaku (*Behavioral Intention to Use*)

Adalah tingkat keinginan, niat, atau kesiapan individu untuk menggunakan suatu system atau teknologi secara berkelanjutan di masa mendatang.

e) Penggunaan Aktual (*Actual System Use*)

Adalah perilaku nyata individu dalam menggunakan suatu system atau teknologi yang ditunjukkan melalui frekuensi, intensitas, dan konsistensi penggunaan.

2.1.3 Penggunaan Aplikasi Keuangan dalam Perspektif

Syariah

Islam mengatur segenap perilaku dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian juga dalam konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia bisa melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Al-Ghazali menyatakan bahwa manusia mengkondisikan pemenuhan kebutuhan hidupnya berdasarkan tempat dimana dia hidup. Manusia tidak bisa memaksakan cara pemenuhan hidup orang lain kepada dirinya maupun sebaliknya. Seorang muslim yakin bahwa Allah akan memenuhi segala kebutuhan hidupnya.

Pengaruh informasi dan suasana hati juga menjadi aspek yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Pandangan islam pada permasalahan mengenai keputusan konsumen juga dituangkan dalam Al-Qur'an surah An-Nisaa' ayat 29, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".*

Jual beli yang dilakukan kemudian diakhiri dengan keputusan konsumen harus didasarkan atas persetujuan suka sama suka antara pihak penjual dan pembeli, pola pemaksaan dan manipulasi

pemasaran merupakan hal yang sangat bertentangan dengan kaedah berdagang diatas. Perlakuan suka sama suka didasarkan pada kejujuran penjual untuk menjelaskan dengan baik kondisi. fasilitas serta kemampuan produk yang dijual, begitu pula kejujuran konsumen untuk menawar secara relevan kebutuhan pribadi (Muflih, 2006).

2.1.4 Pengalaman

2.2.1 Pengertian Pengalaman

Pengalaman adalah segala kejadian yang telah dialami dalam peristiwa hidup. Selain itu pengalaman juga dipahami sebagai proses untuk memperoleh suatu pengetahuan, wawasan maupun sikap dan keterampilan (Nurmansyah, 2020). Pengalaman akan membentuk seorang individu yang lebih bijaksana dalam berpikir maupun bertindak dikarenakan apa yang telah mereka lalui dan mereka akan lebih berhati-hati dalam bertindak ketika merasakan fatalnya melakukan kesalahan serta senang etika menemukan pemecahan masalah dan akan melakukan hal yang sama ketika terjadi permasalahan yang serupa.

Pengalaman pengguna kerap akan menjadi suatu penilaian yang harus diperhatikan karena dengan pengalaman yang dirasakan pengguna maka akan berdampak pada kepuasan pelanggan dan ketika pengguna puas dengan apa yang di dapatkan berdasarkan pengalaman pribadi maka bukan tidak mungkin pengguna tersebut akan merekomendasikannya ke orang lain yang belum memakai aplikasi yang sama.

Menurut Schmitt dalam Hendarsono (2019) pengalaman pengguna adalah sebuah pengalaman yang dimana pengalaman-pengalaman nya merupakan sebuah peristiwa pribadi yang terjadi dan dirasakan karena adanya stimulus tertentu (misalnya diberikan oleh pihak pemasar sebelum dan sesudah pembelian barang dan jasa).

Menurut Meyer dan Schwager dalam Aulia dan Wayuningsih (2021) mendefinisikan pengalaman konsumen sebagai respon internal dan subyektif yang dimiliki konsumen terhadap kontak langsung maupun tidak langsung dengan sebuah perusahaan. Kontak langsung umumnya terjadi pada saat pembelian, penggunaan dan pelayanan.

Menurut (Chen dan Lin, 2014), pengalaman konsumen merupakan sebuah pendapat yang akan bisa menambah nilai suatu produk. Pada hal ini pengalaman konsumen adalah output hubunganyang bisa melekat di benak konsumen kepada perusahaan.

2.2.2 Indikator Pengalaman

Menurut Handayani dan Zalika (2015) tentang pengalaman pengguna manajemen ada lima variabel indikator mengenai pengalaman pengguna yaitu sebagai berikut:

1. Panca indra (*Sense Experience*)

Pancaindra merupakan suatu serangkaian stimulus dalamfisik manusiayang dimana dapat merasakan dan mengenali sesuatu hal baik yang baru di lakukan maupun yang terjadi berulang kali sehingga seorang manusia dapat menyimpan memori tersebut di

dalam pemikiran nya yang akan berubah menjadi pengalaman ketika hal tersebut sudah di lalui, Sense pada konsumen atau pengguna dapat berfungsi untuk memberikan gambaran atau mendiferensiasikan suatu produk atau jasa yang ada sehingga dapat mengumpulkan niat atau memotivasi seorang pembeli untuk bertindak dalam membangun value pada produk atau jasa pada dalam diri pengguna.

2. Perasaan (*Feel Experience*)

Perasaan pada manusia adalah suatu bagian yang sangat berpengaruh dalam hal apapun dengan perasaan manusia dapat merasakan suatu emosi yang ada pada dalam diri nya dan juga dengan perasaan manusia dapat mengatur diri nya dalam berbagai hal sehingga ketika seseorang memiliki perasaan terhadap suatu hal maka akan dapat mempengaruhi keputusannya dalam memilih suatu hal dan dalam hal pemasaran seorang penjual harus dapat mendapatkan perasaan konsumen atau pengguna terlebih dahulu karena akan jauh lebih mudah untuk membujuk konsumen dalam membeli atau memakai jasa yang di jual nya dan pemasar juga harus dapat mempengaruhi perasaan konsumen dengan cara yang baik sehingga akan dapat timbal balik yang sangat baik dengan cara memberikan perhatian pada emosi konsumen.

3. Cara Berpikir (*Think Experience*)

Mempengaruhi pikiran konsumen maka akan dapat merangsang kemampuan dan keinginan seseorang.

4. Kebiasaan (*Action*)

Kebiasaan adalah suatu Tindakan atau perbuatan yang dilakukan secara terus menerus dan berulang sehingga seseorang sudah terbiasa dan hafal yang dilakukan karena sudah dilakukan berulang kali dan akan menjadi sebuah pengalaman bagi seseorang dalam hal tersebut.

5. Pengalaman Dalam Hubungan (*Relation Experience*)

Pengalaman dalam hubungan akan sangat bisa mempengaruhi faktor pengalaman pengguna atau konsumen karena dengan pengalaman akan menjadi sebuah keputusan pada saat akan menentukan suatu pilihan.

2.3 Literasi Digital

2.3.1 Pengertian Literasi Digital

Pengertian literasi secara umum adalah pengembangan diri dari kemampuan literasi seseorang dan kemampuan memahami manfaat membaca dan menulis. Artinya seseorang memiliki kemampuan membaca dan menulis yang baik sehingga dapat menemukan dan menganalisis bahan bacaan yang ditemukannya dan berkembang lebih lanjut.

Sedangkan literasi digital adalah kemampuan untuk menggunakan teknologi dan informasi yang tersedia secara efektif dan efisien dalam berbagai pengaturan, seperti akademisi, karier, dan kehidupan sehari-hari (Supriati, 2020).

Literasi digital didefinisikan sebagai “kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk dari berbagai macam sumber yang diakses melalui perangkat komputer”.

Literasi digital dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami, mengakses, menggunakan, dan memanfaatkan teknologi digital secara bijak, etis, aman, dan bertanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari. Literasi digital tidak hanya mencakup keterampilan teknis dalam menggunakan perangkat digital, tetapi juga kesadaran sosial dan etika dalam berinteraksi di ruang digital (Kemkominfo, 2021).

Literasi digital tidak hanya mencakup penggunaan perangkat digital, tetapi juga mencakup kemampuan mencari dan memilih informasi, kemampuan berpikir kritis, kemampuan berkreasi, dan kemampuan berinteraksi dengan orang lain. Kemampuan untuk bekerja secara kolaboratif, berkomunikasi secara efektif, dan kebutuhan untuk memperhatikan keamanan media elektronik dan konteks sosial budaya semakin meningkat (Muttaqin, 2021).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengalaman literasi digital merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-harinya dan sangat berharga yang dapat dijadikan pedoman serta pembelajaran hidup pada setiap individu untuk menggunakan teknologi dan informasi yang tersedia secara efektif dan efisien (Ruheli, 2025).

a) Manfaat Literasi Digital

Adapun manfaat dari literasi digital ini yaitu sebagai berikut (Mashuri, 2022):

- 1) Meningkatkan akses informasi, literasi digital dapat membantu seseorang untuk mengakses informasi dengan lebih mudah dan cepat melalui internet.
- 2) Meningkatkan keterampilan dan kompetensi, literasi digital dapat membantu seseorang untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi yang dibutuhkan untuk bekerja di era digital.
- 3) Membuka peluang karir, literasi digital dapat membuka peluang karir baru dan meningkatkan keterlibatan seseorang dalam dunia kerja.
- 4) Meningkatkan efisiensi dan produktivitas, literasi digital dapat membantu seseorang untuk bekerja lebih efisien dan produktif dengan memanfaatkan berbagai teknologi dan alat digital yang tersedia.

b) Tujuan Literasi Digital

Adapun tujuan literasi digital itu sendiri ialah sebagai berikut (Mashuri, 2022):

- 1) Menumbuhkan dan mengembangkan budaya penggunaan teknologi secara sehat.
- 2) Menumbuhkan dan mengembangkan budaya rasa ingin tahu dan membaca melalui teknologi.

- 3) Meningkatkan pengetahuan secara cepat dan update dengan cara membaca segala macam informasi melalui media digital.
- 4) Meningkatkan pemahaman seseorang didalam mengambil inti sari dari suatu berita online.
- 5) Meningkatkan informasi secara uptodate dan cepat.
- 6) Memberikan penilaian kritis pada karya tulis seseorang di media online.
- 7) Memperkuat nilai kepribadian dengan membaca dan menulis dari sumber online.

2.3.2 Indikator Literasi Digital

Berikut indikator-indikator literasi digital sebagai berikut (Kominfo, 2021):

1. Kecakapan digital

Kecakapan digital adalah kemampuan individu dalam mengetahui, memahami, dan menggunakan perangkat keras dan piranti lunak TIK serta sistem operasi digital dalam kehidupan sehari-hari.

2. Etika digital sehari-hari

Etika digital adalah kemampuan individu dalam menyadari, mencontohkan, menyesuaikan diri, merasionalkan, mempertimbangkan, dan mengembangkan tata kelola etika digital (*netiquette*) dalam kehidupan

3. Keamanan digital

Keamanan digital adalah keamanan user (pengguna) dalam mengenali, memolakan, menerapkan, menganalisis, menimbang, dan meningkatkan kesadaran perlindungan data pribadi dan kemanan digital dalam kehidupan sehari-hari.

4. Budaya Digital

Budaya digital adalah kemampuan individu dalam membaca, menguraikan, membiasakan, memeriksa, dan membangun wawasan kebangsaan nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika dalam kehidupan sehari-hari dan digitalisasi kebudayaan melalui pemanfaatan TIK.

2.3.3 Literasi Digital dalam Perspektif Islam

Perkembangan teknologi dengan adanya internet berdampak pada penyebaran informasi, dimana informasi setiap detiknya dapat dipublikasikan oleh setiap individu sehingga mengalami peningkatan yang pesat untuk jumlah informasi yang dipublikasikan. Terjadinya ledakan informasi yang jumlah informasinya melimpah sehingga membuat pengguna informasi kesulitan dalam memilih informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Sehingga setiap individu untuk memilih literasi digital yaitu keterampilan mengakses informasi, dan mengevaluasi informasi yang ditemukan di internet.

Dalam Al-Qur'an sendiri telah dijelaskan pada surat Al-hujarat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِمُهِلَةٍ فَتُصْحَبُوا
عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya: *“Wahai 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”*.

Tafsir Ibnu Katsir, ayat ini menetapkan kaidah bahwa status hukum berita dari orang fasik ditangguhkan (*tauqif*) sampai kebenarannya benar-benar terbukti jelas. Sebaliknya, informasi dari orang yang adil (kredibel dan jujur) secara otomatis dapat diterima langsung tanpa syarat ketat ini (Katsir, 2018).

Tafsir Al-Azhar (Buya Hamka), menekankan bahwa ayat ini larangan keras bagi umat Islam untuk cepat percaya pada isu, gossip, atau kabar angin. Di era modern, ayat ini menjadi perisai moral bagi individu agar tidak ikut menyebarkan hoaks atau fitnah di media social.

Dapat disimpulkan bawasannya dalam islam sendiri telah memberikan arahan kepada umat Islam untuk menghindari informasi yang tidak valid dan tidak *reliable* sehingga dituntut untuk selalu piawai dalam memilih informasi yang saat ini banyak tersedia di internet dengan berbagai macam sumber yang tersedia banyak dan mudah diakses. Dengan itu keterampilan literasi digital dibutuhkan

setiap individu untuk mengakses informasi yang arus informasinya yang sangat berkembang dengan cepat (Widianti, 2024).

2.4 Kepercayaan

2.4.1 Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap keandalan, integritas, dan kompetensi suatu pihak dalam memenuhi harapan yang telah dijanjikan, terutama dalam konteks interaksi yang melibatkan ketidakpastian, seperti transaksi digital atau perdagangan elektronik (Kusuma, 2021)

Kepercayaan adalah kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Konsumen akan mengungkapkan kepercayaan terhadap berbagai atribut yang dimiliki suatu merek dan produk yang dievaluasinya. Kepercayaan tersebut sering disebut sebagai object-attribute linkages, yaitu kepercayaan konsumen tentang kemungkinan adanya hubungan antara sebuah objek dengan atributnya yang relevan (Sumarwan, 2011).

Saat kepercayaan yang tumbuh semakin tinggi tentu akan dapat dijadikan ukuran untuk menumbuhkan niat beli seorang pelanggan untuk mau memulai transaksi secara online. Jadi semakin tinggi kepercayaan, maka semakin tinggi niat membeli. Kepercayaan yang positif tentunya mempengaruhi niat pelanggan untuk belanja online karena mereka percaya terhadap penjual yang dapat menjalankan aktivitas bisnisnya dengan baik dan dapat dipercaya dengan cara mengirimkan produk yang dibeli kepada konsumen.

Menurut Koeswara, (1995) suatu kepercayaan dapat mempengaruhi sikap seseorang untuk melakukan pembelian. Di mana sikap ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu (Ruheli, 2025):

- a. Sikap positif Sikap positif merupakan sikap kesenangan atau sikap suka yang dimiliki seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa.
- b. Sikap negatif Sikap negatif merupakan sikap tidak suka atau sikap tidak senang yang dimiliki oleh seseorang terhadap barang atau jasa tersebut, sehingga seseorang tidak akan membeli produk atau jasa tersebut.

Yasin et al. (2021) menjelaskan bahwa kepercayaan menjadi salah satu faktor utama dalam mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengadopsi dan terus menggunakan layanan bank digital. Tanpa kepercayaan yang kuat, pengguna akan cenderung merasa khawatir mengenai potensi risiko yang dapat timbul, baik itu terkait dengan keamanan data, privasi, maupun masalah transparansi layanan.

Sebagai layanan yang sepenuhnya berbasis digital, bank digital sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan pengguna. Kepercayaan ini tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis dari sistem yang digunakan, tetapi juga dengan bagaimana bank digital menyampaikan informasi kepada pengguna mereka.

Dalam hal ini, aspek keamanan data, transparansi layanan, dan reputasi platform menjadi faktor-faktor kunci yang dapat

membentuk persepsi kepercayaan terhadap layanan bank digital. Indikator Kunci Kepercayaan menurut Yasin et al (2024):

1. Keamanan Data: Perlindungan data pribadi melalui teknologi enkripsi dan protokol keamanan menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan pengguna.
2. Transparansi Layanan: Informasi yang jelas tentang biaya, kebijakan privasi, dan risiko layanan memengaruhi kepercayaan pengguna.
3. Reputasi Platform: Reputasi yang baik di pasar finansial digital dapat meningkatkan keyakinan pengguna terhadap layanan bank digital.

2.4.2 Indikator Kepercayaan

Menurut (Verhagen dan Willemijn 2007) ada tiga indikator kepercayaan konsumen, yaitu (Kusuma, 2021):

- 1) Dapat di andalkan untuk berbelanja online.
- 2) Memiliki reputasi yang baik.
- 3) Memberikan keamanan dalam bertransaksi.

2.4.3 Kepercayaan dalam Perspektif Islam

Kepercayaan dalam Konsep Islam, telah disebutkan dalam Q.S An-Nisa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ
إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu menetapkannya secara adil. Sesungguhnya Allah

memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”.

Menurut tafsir Ibnu Katsir, ayat ini turun sebagai perintah untuk mengembalikan Amanah kepada pemiliknya dan menjadi dasar penting keadilan dalam Islam. Yang diartikan sebagai sebuah kepercayaan. Unsur mendasar dari semua transaksi bisnis, baik yang dilakukan secara online maupun offline, adalah kepercayaan. Membangun kepercayaan membutuhkan pengenalan satu sama lain dengan baik, mengikuti prosedur ijab qabul, mendapatkan materai, dan formalitas lainnya. Selain perlindungan vertikal yang diberikan oleh standar, nilai, dan etika yang dijunjung tinggi oleh para pelaku usaha, pelaku usaha juga dilindungi secara horizontal oleh peraturan perundang-undangan. Harmonisasi dengan prosedur yang menumbuhkan kepercayaan juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses di dunia online.

Allah SWT menunjukkan betapa pentingnya menjaga amanah. Di sini, amanah mengacu pada semua manifestasi komitmen, kepercayaan, dan tanggung jawab yang diberikan kepada seseorang. Hal ini mencakup kepercayaan dalam urusan keuangan, kepercayaan sosial, kerahasiaan, dan semua jenis dedikasi lainnya. Adalah tugas moral dan spiritual setiap orang untuk menjaga integritas kepercayaan. Dalam Tafsir Al-Misbah, Profesor Quraish Shihab menegaskan bahwa ayat tersebut mewajibkan seseorang untuk menunaikan amanah. Beliau menyoroti bahwa amanah harus

dipenuhi kepada pemiliknya, atau ahlihå, dan ketika memerintahkan seseorang untuk menetapkan hukum dengan adil, beliau mengatakan bahwa seseorang harus menetapkan hukum di antara manusia. Hal ini menunjukkan bahwa setiap orang termasuk dalam perintah untuk berlaku adil (Katsir, 2018)

2.5 Keamanan

2.5.1 Pengertian Keamanan

Wu & Chen, mendefinisikan keamanan sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Dalam pembentukan kepercayaan dipengaruhi oleh peran penting jaminan keamanan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka seorang konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan menggunakan e-wallet dengan perasaan aman (Dahmiri, 2021).

Dalam penggunaan sebuah teknologi baru menyebabkan rasa kekhawatiran atas data pribadi atau informasi terhadap penggunaan teknologi tersebut. Seringkali informasi yang diinginkan hanya diperbolehkan diakses oleh orang-orang tertentu. Hal tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi apabila informasi jatuh pada pihak tidak bertanggungjawab. Untuk itu faktor keamanan dari sistem informasi yang digunakan harus terjamin dan dipastikan aman dalam batas yang diterima.

Keamanan adalah salah satu aspek yang dijadikan titik penilaian seseorang pada pengadopsian teknologi. Persepsi keamanan mengacu pada *Thecnology Acceptance Model* (TAM), TAM adalah teori yang mendeskripsikan sistem informasi yang mencerminkan model perilaku seseorang guna memanfaatkan teknologi baru. keamanan juga diartikan sebagai probabilitas subjektif seseorang yakin bahwasanya informasi pribadi individu tidak akan diketahui atau dipalsukan.

Keamanan adalah salah satu tantangan pada pembuatan *e-payment* dengan umum. Keinginan pengguna kepada *e-wallet* tergantung oleh kepercayaan pemakai guna keinginan memakai *e-wallet*. Dalam penelitian ini, keamanan bisa dijadikan tantangan khusus saat membuat sistem *e-wallet* guna memicu pengguna supaya memakai *e-wallet* (Triana, 2024).

Keamanan adalah kemampuan untuk mengontrol dan melindungi data pengguna dari penipuan dan pencurian online (Aprianti, 2023). Keamanan sistem informasi mencakup tiga konsep utama: *Confidentiality*, *Integrity*, dan *Availability* (C.I.A). Ketiganya merupakan prinsip-prinsip penting dalam keamanan informasi. Pertama, *confidentiality* berarti menjaga kerahasiaan data transaksi yang dilakukan melalui media elektronik. Kedua, *integrity* memastikan bahwa pesan yang dipindahkan dan diterima selama proses transaksi tetap utuh dan tidak berubah. Terakhir, *availability* menjamin bahwa koneksi yang diperlukan selalu tersedia saat dibutuhkan. Ketika tingkat jaminan keamanan terpenuhi dan sesuai

dengan harapan konsumen, mereka akan merasa aman untuk membuka informasi pribadi dan melakukan pembelian (Rizky, 2023).

2.5.2 Indikator Keamanan

Menurut Raman dan Vishwanathan dalam sukma, Indikator keamanan terbagi menjadi 2 yaitu (Viswanathan, 2011):

1) Kerahasiaan atau Privasi

Kerahasiaan sebagai hak seseorang untuk dibiarkan sendiri dan dapat memiliki kontrol atas aliran dan pengungkapan informasi tentang dirinya sendiri. Perlindungan terhadap ancaman keamanan dan kontrol informasi data pribadi pelanggan dalam lingkungan online.

2) Jaminan Keamanan

Perlindungan privasi dan data pribadi merupakan faktor penentu akan adanya kepercayaan yang merupakan hal penting dalam transaksi digital karena pengguna dalam jaringan tidak akan melakukan sebuah transaksi digital apabila merasan keamanan akan privasi dan data pribadinya terancam. Salah satu perlindungan privasi dan data pribadi tersebut berkenaan bagaimana data pribadi tersebut akan di proses termasuk data sensitif dari pengguna yang apabila disebarkan ke pihak yang tidak bertanggung jawab akan berpotensi menimbulkan kerugian finansial bahkan mengancam keamanan dan keselamatan pemiliknya. Ancaman-ancaman yang timbul dari lemahnya perlindungan privasi dan data pribadi tersebut

memiliki korelasi garis lurus dengan pertumbuhan ekonomi yang dihasilkan dari transaksi-transaksi dalam jaringan (online).

2.5.3 Keamanan Dalam perseptif Bisnis Islam

Perkembangan pada era digital yang sangat cepat, sebagai umat muslim harus berhati-hati dalam melakukan transaksi digital. Bisa saja dalam transaksi tersebut terdapat hal-hal yang dilarang dalam syariat, dalam menghukumi suatu transaksi maka perlu dipahami apa saja akad yang digunakan dalam dompet digital. Hal ini dikarenakan dalam Islam transaksi yang dilakukan harus jelas agar dapat terhindar dari gharar (ketidakpastian). Sesuai firman Allah SWT yang berbunyi:

الَّذِينَ ءَامَنُوا وَلَمْ يَلْبِسُوا إِيمَانَهُمْ بِظُلْمٍ أُولَٰئِكَ لَهُمُ الْأَمْنُ وَهُمْ مُّهْتَدُونَ

Artinya: *“Orang-orang yang beriman dan tidak mencampuradukkan iman mereka dengan kezaliman (syirik), merekalah orang-orang yang mendapat rasa aman dan mendapat petunjuk. (QS. Al-An’am:82)*

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan ayat diatas merupakan janji Allah kepada orang-orang yang benar-benar beriman dan bersih dari syirik, bahwa mereka akan mendapatkan keamanan di dunia dan akhirat serta petunjuk menuju kebenaran. Keamanan yang dimaksud adalah keamanan dari azab Allah, sedangkan petunjuk berarti bimbingan menuju jalan yang lurus (Katsir, 2018).

Hal ini kaitannya dengan para penyelenggara atau pembuat aplikasi transaksi digital haruslah memberitahu kepada masyarakat bagaimana manfaatnya, hukumnya, keamanan dan lainnya dan

bertanggung jawab apabila terjadi penyimpangan dalam transaksi digital yang menyebabkan konsumen mengalami kerugian. Privasi adalah hal yang terkait erat dengan data pribadi berupa biodata, lokasi, foto, video, maupun data-data penting lain yang dimiliki secara pribadi oleh seseorang. Bagi pengguna transaksi digital dalam hal keamanan penggunaan ewallet, maka segala sesuatu yang melanggar privasi dapat diartikan sebagai tindakan pengambilan, pengubahan, atau pengaksesan terhadap data pribadi seseorang tanpa izin terlebih dahulu dari pemiliknya. Hal itu termasuk dalam kategori kejahatan cyber.

Islam menganjurkan keamanan sebagai prinsip dasar kehidupan. Meskipun manusia berbeda dengan malaikat yang tidak pernah melakukan kesalahan, ada individu dan kelompok yang kasar dan agresif yang tidak suka melihat orang lain hidup dalam kondisi aman. Mereka melanggar batas-batas moral dan etika serta merampas hak-hak orang lain tanpa alasan yang wajar. Oleh sebab itu, beberapa individu dan masyarakat perlu dijaga agar yang lain dapat hidup dalam suasana aman (Rizky et al., 2023). Dalam penelitian Romadhon (2019), keamanan dalam uang elektronik (emoney) mempunyai arti bahwa penerbit e-money menyediakan jaminan keamanan baik data nasabah maupun dana yang tersimpan di dalam emoney, karenanya pengguna merasa aman dapat percaya bahwa tidak ada ancaman terhadap hal-hal yang berhubungan dengan transaksi e-money (Sumadi et al., 2022).

2.6 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini tentu tidak lepas dari berbagai penulisan terdahulu yang dijadikan sebagai pandangan, referensi juga acuan dalam penyusunan skripsi ini. Pada penelitian-penelitian yang telah ditulis sebelumnya, ada beberapa judul yang pembahasannya tidak jauh berbeda dengan judul yang penulis teliti. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan pada penelitian ini antara lain:

Saputra (2022), “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan uji regresi linier berganda. Perbedaannya pada penelitian terdahulu menggunakan variabel literasi keuangan syariah sedangkan penelitian menggunakan salah satu variabel literasi digital.

Salsabila (2025), “Pengaruh literasi digital terhadap penggunaan Qris BSI”. Persamaan penelitian dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama membahas mengenai literasi digital terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah. Penelitian ini dan penelitian sebelumnya menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif. Perbedaannya pada penelitian terdahulu menggunakan satu variabel bebas yang di uji menggunakan uji regresi linier sederhana, namun pada penelitian ini meneliti tiga variable bebas yaitu pengalaman, literasi digital dan kepercayaan yang di uji menggunakan uji regresi linier berganda.

Widianti (2024), “Pengaruh kemudahan, literasi digital, dan kepercayaan terhadap Keputusan penggunaan QRIS BSI mobile banking pada generasi milenial purwokerto”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan dua variabel bebas yang sama literasi digital dan kepercayaan terhadap Keputusan penggunaan aplikasi keuangan syariah. Serta menggunakan pendekatan kuantitatif. Perbedaan pada penelitian sebelumnya menggunakan subjek penelitian pada generasi milenial sedangkan objek penelitian ini pada generasi Z.

Meliana dan Supriadi (2025), “Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap Minat gen Z menggunakan bank digital di Indonesia”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan dua variabel bebas yang sama literasi digital dan kepercayaan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada gen Z, serta menggunakan pendekatan kuantitatif. Perbedaan pada penelitian sebelumnya hanya satu variabel bebas yang berbeda yaitu variabel kemudahan sedangkan penelitian ini variabel pengalaman.

Ruheli (2025), “Pengaruh Pengalaman dan Kepercayaan konsumen terhadap Keputusan pembelian produk pada *marketplace*”. Persamaan penelitian dengan penelitian sebelumnya menggunakan dua variabel bebas pengalaman dan kepercayaan terhadap Keputusan penggunaan aplikasi keuangan syariah melalui pendekatan kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linier

berganda. Perbedaan penelitian sebelumnya pada variabel terikat yaitu Keputusan pembelian produk *marketplace*.

Sari (2025), “Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Z dalam penggunaan aplikasi BSI Mobile di Kota Palopo”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya menggunakan variabel bebas dan terikat yang sama yaitu literasi digital terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada gen Z. serta menggunakan pendekatan kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya menggunakan uji regresi sederhana sedangkan penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda.

Rizky (2024), “Pengaruh literasi digital, penerimaan teknologi, kepercayaan dan *brand awareness* terhadap keputusan infaq shadaqoh dengan religiusitas sebagai moderator”. Persamaan penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu literasi digital dan kepercayaan serta menggunakan pendekatan kuantitatif dengan uji regresi linier berganda. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya objek variabel terikat yang berbeda.

Aisa (2024), “Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai media pembayaran *cashless society*”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya menggunakan variabel bebas: kepercayaan dan keamanan dalam Keputusan penggunaan aplikasi keuangan syariah dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya pada variabel bebas lainnya.

Triana (2024), “Pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan keamanan terhadap Keputusan penggunaan *e-wallet* dalam perspektif bisnis islam (studi pada gen Z pengguna aplikasi Dana di Bandar Lampung). Persamaan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan uji regresi linier berganda hubungan variabel bebas keamanan. Perbedaan penelitian objek variabel terikat.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Saputra (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking
2	Salsabila (2025)	Pengaruh literasi digital terhadap penggunaan Qris BSI	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				penggunaan QRIS
3	Widianti (2024)	Pengaruh kemudahan, literasi digital, dan kepercayaan terhadap Keputusan penggunaan QRIS BSI mobile banking pada generasi milenial purwokerto	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh negatif dari variabel kemudahan, literasi digital sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan generasi milenial menggunakan QRIS BSI Mobile Banking.
4	Meliana dan Supriadi (2025)	Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap Minat gen Z menggunakan bank digital di Indonesia	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital, kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				minat Generasi Z menggunakan bank digital
5	Ruheli (2025)	Pengaruh Pengalaman dan Kepercayaan konsumen terhadap Keputusan pembelian produk pada <i>marketplace</i>	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman konsumen dan kepercayaan konsumen secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap peningkatan keputusan pembelian produk pada marketplace.
6	Sari (2025)	Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Z dalam penggunaan aplikasi BSI Mobile di Kota Palopo	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi digital berpengaruh positif dalam penggunaan aplikasi BSI mobile
7	Rizky (2024)	Pengaruh literasi digital, penerimaan teknologi, kepercayaan	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa bahwa pengaruh

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		dan <i>brand awareness</i> terhadap Keputusan infaq shadaqoh dengan religiusitas sebagai moderator		langsung literasi digital, model penerimaan teknologi, kepercayaan konsumen dan brand awareness terhadap keputusan berinfaq dan bershadaqah berpengaruh signifikan.
8	Aisa (2024)	Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai media pembayaran <i>cashless society</i>	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, variabel literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai media pembayaran cashless

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				society (studi kasus pada mahasiswa di wilayah Purwokerto)
9	Triana (2024)	Pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan keamanan terhadap Keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> dalam perspektif bisnis islam (studi pada gen Z pengguna aplikasi Dana di Bandar Lampung)	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kemanfaatan dan keamanan, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan

2.7 Keterkaitan Antar Variabel

2.7.1 Pengaruh Pengalaman Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah

Menurut Schmitt, customer experience atau pengalaman pengguna adalah sebuah pengalaman yang dimana pengalaman-pengalamannya merupakan sebuah peristiwa pribadi yang terjadi dan dapat dirasakan karena adanya stimulus tertentu (misalnya diberikan oleh pihak pemasar sebelum dan sesudah pembelian barang dan jasa).

Hubungan pengalaman pengguna akan menjadi salah satu faktor dalam penilaian yang harus di pertahankan karena dengan pengalaman yang dirasakan pengguna maka akan berdampak pada kepuasan dan keputusan pelanggan dan ketika pengguna senang dan merasakan kepuasan dengan apa yang di dapatkan berdasarkan pengalaman pribadi maka dengan pengalaman tersebut lah yang akan membawa mereka dengan sendiri nya merekomendasikan kepada orang orang terdekatnya yang belum memakai aplikasi yang sama atau bahkan bisa saja mengajak orang lain untuk pindah dari aplikasi pesaing menjadi pengguna aplikasi yang sedang digunakan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ruheli (2025), Pengaruh pengalaman dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* menunjukkan bahwa pengalaman konsumen dan kepercayaan konsumen secara bersama-sama mempunyai pengaruh

positif terhadap peningkatan keputusan pembelian produk pada marketplace. Maka hipotesis yang diajukan:

H₁: Terdapat pengaruh variabel pengalaman terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

2.7.2 Pengaruh Literasi Digital Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah

Menurut Chamdan Mashuri (2022) literasi digital adalah kemampuan untuk menggunakan teknologi dan informasi yang tersedia secara efektif dan efisien dalam berbagai pengaturan, seperti akademisi, karier, dan kehidupan sehari-hari (Supriati, 2020).

Hubungan literasi digital dengan pengguna aplikasi keuangan syariah sangat erat, tidak hanya mencakup penggunaan perangkat digital, tetapi juga mencakup kemampuan mencari dan memilih informasi, kemampuan berpikir kritis, kemampuan berkreasi, dan kemampuan berinteraksi dengan orang lain. Kemampuan untuk bekerja secara kolaboratif, berkomunikasi secara efektif. Dengan adanya pengetahuan tersebut, pengguna dengan mudah merekomendasikan kelebihan-kelebihan aplikasi keuangan syariah kepada keluarga, teman/kerabat terdekat.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Salsabila (2025) Pengaruh literasi digital terhadap penggunaan Qris BSI, menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan penggunaan QRIS. Widiarti (2024) pengaruh literasi digital terhadap penggunaan QRIS BSI mobile banking, hasil menunjukkan bahwa

adanya pengaruh negatif literasi digital terhadap penggunaan QRIS BSI mobile banking. Maka hipotesis yang diajukan:

H₂: Terdapat pengaruh variabel literasi digital terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

2.7.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah

Kepercayaan Konsumen merupakan suatu keadaan dimana seseorang sudah tidak menyukai atau mudah terpengaruhi oleh keadaan tertentu, seseorang yang mempunyai rasa percaya terhadap lingkungan atau orang lain biasanya akan lebih memilih dan selektif dalam segala hal dan tidak mudah percaya pada suatu hal yang baru dan yang akan dia coba.

Menurut Koeswara, (1995) suatu kepercayaan dapat mempengaruhi sikap seseorang untuk melakukan pembelian. Di mana sikap ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu sikap positif dan sikap negatif (Ruheli, 2025).

Hubungan kepercayaan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah memiliki aspek berkesinambungan, dapat ditinjau dari factor krusial, di mana dalam proses transaksi tidak cukup membawa uang cash. Kepercayaan ini tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis dari sistem yang digunakan, tetapi juga dengan bagaimana bank digital menyampaikan informasi kepada pengguna mereka.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh widianti (2024) pengaruh kemudahan, literasi digital,

dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan QRIS BSI mobile banking pada generasi milenial purwokerto, menunjukkan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan generasi milenial menggunakan QRIS BSI Mobile Banking. Penelitian Meliana dan Supriadi (2025) pengaruh kepercayaan terhadap minat gen Z menggunakan bank digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan. Penelitian Sari (2025) analisis tingkat literasi digital gen Z terhadap penggunaan aplikasi BSI mobile. Hasil menunjukkan berpengaruh positif. Maka hipotesis yang diajukan:

H₃: Terdapat pengaruh variabel kepercayaan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

2.7.4 Pengaruh Keamanan Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah

Menurut Wu & Chen, mendefinisikan keamanan sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Dalam pembentukan kepercayaan dipengaruhi oleh peran penting jaminan keamanan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak.

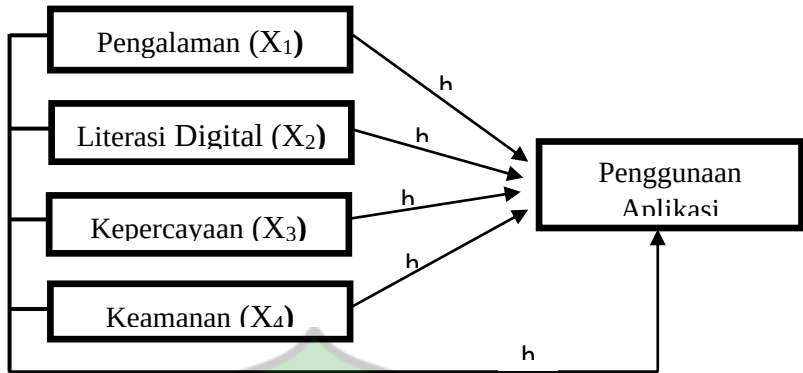
Hubungan keamanan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah sangat penting. Penggunaan sebuah teknologi baru menyebabkan rasa kekhawatiran atas data pribadi atau informasi terhadap penggunaan teknologi tersebut. Seringkali informasi yang diinginkan hanya diperbolehkan diakses oleh orang-orang tertentu.

Hal tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi apabila informasi jatuh pada pihak tidak bertanggungjawab. Untuk itu faktor keamanan dari sistem informasi yang digunakan harus terjamin dan dipastikan aman dalam batas yang diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aisa (2024) Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai media pembayaran *cashless society*. Penelitian ini menunjukkan variabel keamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah. Penelitian Triana (2024) pengaruh keamanan terhadap penggunaan e-wallet menunjukkan hasil positif secara parsial. Maka hipotesis yang diajukan:

H4: Terdapat pengaruh variabel keamanan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

2.8 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Dari gambar 2.1 diatas dapat dilihat bahwa variabel pengalaman (X_1), literasi digital (X_2), kepercayaan (X_3), dan keamanan (X_4) memiliki hipotesis berpengaruh secara persial terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah. Variabel pengalaman, literasi digital, kepercayaan, dan keamanan juga memiliki hipotesis berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel penggunaan aplikasi keuangan syariah (Y).

2.9 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh variabel pengalaman terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

H_1 : Terdapat pengaruh variabel pengalaman terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

H₀: Tidak terdapat pengaruh variabel literasi digital terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

H₂: Terdapat pengaruh variabel literasi digital terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

H₀: Tidak terdapat pengaruh variabel kepercayaan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

H₃: Terdapat pengaruh variabel kepercayaan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

H₀: Tidak terdapat pengaruh variabel keamanan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

H₄: Terdapat pengaruh variabel keamanan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

H₀: Tidak terdapat pengaruh variabel pengalaman, literasi digital, kepercayaan, dan keamanan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

H₅: Terdapat pengaruh variabel pengalaman, literasi digital, kepercayaan, dan keamanan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, metode kuantitatif adalah teknik yang menyajikan informasi atau data yang didominasi dalam struktur angka dan penyelidikan data atau analisis data yang digunakan bersifat statisti untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2018). Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan mengelola data-data yang diperoleh dari kuesioner dengan terlebih dahulu mentransformasikan ke dalam bentuk *Numeric* (angka) (Sujarweni, 2015). Penelitian ini khusus membahas tentang pengaruh pengalaman literasi digital, kepercayaan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di wilayah Kota Banda Aceh dengan subjek penelitian adalah generasi Z. Waktu penelitian dilakukan mulai awal September 2025 sampai selesai.

3.3 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah seluruh gen Z kelahiran 1997-2012 di Banda Aceh yang terdaftar sebagai pengguna aplikasi keuangan syariah *mobile banking* syariah. Subjek penelitian ini generasi Z di Kota Banda Aceh, di mana peneliti akan mempelajari dan kemudian

ditarik kesimpulan (Sujarweni, 2015). Populasi gen Z di Kota Banda Aceh sebanyak 85,14 ribu jiwa (BPS B. A., 2024). Apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan populasi. Tetapi, jika jumlah subjek besar dapat diambil 10-25% dari jumlah populasi (Sugiyono, 2018).

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan dianggap mewakili seluruh populasi. Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang dan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018). Menurut Gay dan Diehl (1992) berpendapat bahwa sampel haruslah sebesar-besarnya. bahwa semakin banyak sampel yang diambil maka akan semakin representatif dan hasilnya dapat digeneralisir. Namun ukuran sampel yang diterima akan sangat bergantung pada jenis penelitiannya. Jika penelitiannya bersifat deskriptif, maka sampel minimunya adalah 10% dari populasi.

Subjek penelitian ini adalah *Gen Z* di Kota Banda Aceh dengan karakteristik:

- a) Gen Z Kota Banda Aceh,
- b) bertempat tinggal di Kota Banda Aceh,
- c) Gen Z yang menggunakan aplikasi keuangan syariah
- d) Gen Z yang berusia produktif antara minimal 13 sampai 28 tahun.

Pada penelitian ini menggunakan *accidental sampling* adalah proses pengambilan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan sampel yang kebetulan ditemui dengan peneliti. kemudian responden yang dirasa cocok dijadikan sebagai sumber data.

Adapun pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut (Lemeshow, 1997):

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = skor z pada tingkat kepercayaan 95%= 1,96

p = maksimal estimasi 0,5

d = sampling error 5% (d=0,05)

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,0025}$$

$$n = 384,16 \text{ atau dibulatkan } 384$$

Sampel dalam penelitian ini adalah generasi Z yang menggunakan aplikasi keuangan syariah di Kota Banda Aceh sebanyak 384 orang yang peneliti temui di lapangan.

3.4 Jenis Penelitian dan Sumber Data Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian yang menggunakan data primer. Data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer.

Data Primer, yakni data yang diperoleh secara langsung. Data ini memerlukan pengolahan lebih lanjut dan dikembangkan dengan pemahaman sendiri oleh penulis, misalnya data yang diperoleh dari hasil kuesioner dengan gen Z (Sugiyono, 2018).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data didalam penelitian ini adalah: Kuesioner atau Angket adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh responden yang ingin diteliti. Angket ini digunakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan. Dengan angket ini responden mudah memberikan jawaban karena alternatif jawaban sudah disediakan dan membutuhkan waktu singkat dalam menjawabnya.

Pada penelitian ini variabel yang di ukur adalah variabel pengalaman literasi digital, kepercayaan dan keamanan terhadap Keputusan penggunaan aplikasi keuangan syariah pada gen Z di Kota Banda Aceh. dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan variasi skala rating akhir dari pernyataan yang menyatakan sikap menyenangkan atas objek yang diamati. Partisipasi diminta untuk menyetujui setiap pernyataan dan setiap tanggapan diberi skor *numeric* yang mencerminkan tingkat kesukaan, dan skor ini dapat dijumlahkan untuk mengukur sifat partisipan secara keseluruhan (Sharon, 2020). Dengan pembagian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Parameter Penelitian

Parameter	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Definisi Operasional

1. Variabel Bebas (X)

Secara operasional, variabel pada penelitian ini terdiri variabel bebas, dan variabel terikat. Variabel bebas adalah pengaruh pengalaman, literasi digital, kepercayaan, dan keamanan. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Sujarweni, 2015).

Berikut dijelaskan konsep variabel dalam penelitian ini, yaitu:

a. Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)

Hasil dari proses pengintegrasian dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhannya. Adapun indikator keputusan penggunaan aplikasi keuangan syariah meliputi: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

- 1) Pengalaman (X1) Adalah segala kejadian yang telah dialami dalam peristiwa hidup. Selain itu pengalaman juga dipahami sebagai proses untuk memperoleh suatu pengetahuan, wawasan maupun sikap dan keterampilan.
- 2) Literasi Digital (X2) adalah dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami, mengakses, menggunakan, dan memanfaatkan teknologi digital secara bijak, etis, aman, dan bertanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari. Literasi digital tidak hanya mencakup keterampilan teknis dalam menggunakan perangkat digital, tetapi juga kesadaran sosial dan etika dalam berinteraksi di ruang digital. Adapun indikator literasi digital meliputi: kecakapan digital, etika digital sehari-hari, keamanan digital, dan budaya digital.
- 3) Kepercayaan (X3) adalah suatu proses hasil dari kepercayaan akan timbul dalam aspek keamanan data, transparansi layanan, dan reputasi platform menjadi faktor-faktor kunci yang dapat membentuk persepsi kepercayaan terhadap layanan bank digital yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Adapun indikator kepercayaan meliputi: situs dapat diandalkan untuk berbelanja online, situs memiliki reputasi baik, dan situs memberikan keamanan dalam berstrabsaksi.
- 4) Keamanan (X4) Adalah kemampuan untuk mengontrol dan melindungi data pengguna dari penipuan dan pencurian

dengan menjaga kerahasiaan data transaksi. Adapun indikator keamanan meliputi: kerahasiaan atau privasi dan jaminan keamanan.

Tabel. 3.2
Definisi Operasional Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
1	Pengalaman (X1)	Pengalaman adalah segala kejadian yang telah dialami dalam peristiwa hidup. Selain itu pengalaman juga dipahami sebagai proses untuk memperoleh suatu pengetahuan, wawasan maupun sikap dan keterampilan (Nurmansyah, 2020).	1. Panca indra 2. Perasaan 3. Cara berpikir 4. Pengalaman dalam hubungan (hidayati,2021)	Interval
2	Literasi digital (X2)	dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami, mengakses, menggunakan, dan memanfaatkan teknologi digital secara bijak, etis, aman, dan bertanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari. Literasi digital tidak hanya mencakup keterampilan teknis dalam menggunakan perangkat digital, tetapi juga	1. Kecakapan Digital, 2. Etika digital sehari-hari, 3. Keamanan digital, 4. Budaya digital (Kominfo, 2021)	Interval

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
		kesadaran sosial dan etika dalam berinteraksi di ruang digital (Kominfo, 2021)		
3	Kepercayaan (X3)	keyakinan seseorang terhadap keandalan, integritas, dan kompetensi suatu pihak dalam memenuhi harapan yang telah dijanjikan, terutama dalam konteks interaksi yang melibatkan ketidakpastian, seperti transaksi digital atau perdagangan elektronik (Kusuma, 2021).	1. Dapat diandalkan untuk berbelanja online, 2. Memiliki reputasi yang baik, 3. Memberikan keamanan dalam bertransaksi (Kusuma,2021).	Interval
4	Keamanan (X4)	Adalah kemampuan untuk mengontrol dan melindungi data pengguna dari penipuan dan pencurian online (Aprianti,2023)	1. Kerahasiaan atau privasi 2. Jaminan keamanan (Viswanathan,2011)	Interval
5	Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)	adalah Hasil dari proses pengintegrasian dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhannya (Priansa, 2017)	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif Keputusan Pembelian 4. Perilaku Pasca Pembelian (Priansa, 2017)	Interval

4.7 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh berupa data kuantitatif. Sebelum diolah dan dianalisa, data terlebih dahulu dikelompokkan berdasarkan analisis yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi keuangan syariah. Setelah diolah maka dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Analisis ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut.

1) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan salah satu metode analisis dengan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberi gambaran yang ada sehingga memberi gambaran yang jelas melalui pengumpulan, penyusunan dan menganalisis data sehingga dapat diketahui gambaran umum perusahaan yang sedang teliti.

2) Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a) Uji Validitas

Uji validitas item digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau bisa melakukan penilaian langsung dengan metode korelasi person.

b) Uji Reliabilitas

Untuk uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten, jika pengukuran

tersebut diulang. Metode uji reliabilitas yang sering digunakan *Cronbach's Alpha*. Metode ini sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala (misal 1-4,1-5) atau skor rentang (misal 0-10,0-30). Untuk penentuan apakah instrument *reliable* atau tidak, biasa digunakan batasan tertentu seperti 0,6 Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

3) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas data menjadi prasyarat pokok dalam analisis parametrik seperti korelasi. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data normal atau tidak, dan berdampak pada uji-t. Data dinyatakan normal jika signifikan lebih besar dari 0,05.

b) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas untuk melihat pengaruh antara variabel bebas dengan nilai residual/error

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

c) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi, berarti ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas.

4) Uji Hipotesis

a) Uji signifikansi individual (Uji-t uji Parsial)

Uji-t menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat.

H_{01} = variabel bebas parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi keuangan syariah yaitu variabel terikat (Y).

H_{a1} = variabel bebas parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi keuangan syariah yaitu variabel terikat (Y).

Kriteria pengambilan keputusan :

H_{01} ditolak jika t hitung $< t$ tabel pada $\alpha = 5 \%$

H_{a1} diterima jika t hitung $> t$ tabel pada $\alpha = 5 \%$

Nilai t tabel dilihat dari nilai Df. Df (derajat kebebasan) = jumlah data-jumlah variabel bebas

b) Uji signifikansi simultan (uji-F)

Uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independent terhadap variabel dependent. Hasil F-Test menunjukkan variabel independent secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen jika p -value (pada kolom Sig.) lebih kecil dari *level of signifikan* yang ditentukan, atau F hitung (pada kolom F) lebih besar dari F tabel. F tabel dihitung dengan cara $df1 = k-1$, $df2 = n-k$, k adalah jumlah variabel

dependen dan independen. Kriteria pengambilan keputusan :

H_0 ditolak jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5 \%$

H_1 diterima jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5 \%$

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent menjelaskan variabel dependent. Namun untuk regresi linear berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan dengan jumlah variabel independent yang digunakan dalam penelitian.

Nilai *R Square* dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai *R Square* berkisar antara 0 sampai 1. Pada umumnya sampel dengan data deret waktu (*time series*) memiliki *R Square* maupun *Adjusted R Square* cukup tinggi (didas 0,5), sedangkan sampel dengan data item tertentu yang disebut data silang (*crossection*) pada umumnya memiliki *R Square* maupun *Adjusted R Square* agak rendah (dibawah 0,5), namun tidak menutup kemungkinan data jenis *crossection* memiliki nilai *R Square* maupun *Adjusted R Square* cukup tinggi (Priyatno, 2009).

d) Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk melihat pengaruh variable bebas terhadap variable terikat serta memprediksi nilai variable terikat dengan menggunakan variable bebas,

analisis regresi digunakan terutama untuk tujuan peramalan dalam model tersebut ada sebuah variabel dependen dan berapa variabel independen. Adapun persamaan yang sering digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y = Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah

X₁ = Pengalaman

X₂ = Literasi Digital

X₃ = Kepercayaan

X₄ = Keamanan

a = konstanta (nilai Y apabila X₁, X₂X_n = 0)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

e = error term

Selanjutnya hasil dari persamaan regresi tersebut di interpretasikan untuk mengetahui seberapa besar perubahan yang terjadi jika terjadi perubahan terhadap variable terikat, dalam hal ini untuk mengetahui seberapa besar perubahan yang terjadi jika pengalaman, literasi digital, kepercayaan, dan keamanan berubah akan mempengaruhi penggunaan aplikasi keuangan syariah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1997-2012, yang tumbuh dan berkembang seiring pesatnya perkembangan teknologi digital. Karakteristik utama generasi ini Adalah akrab dengan teknologi, aktif menggunakan internet, serta memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap inovasi digital, termasuk dalam penggunaan potensial sekaligus strategis dalam pengembangan industry keuangan syariah digital.

Kota Banda Aceh dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan ibu kota Provinsi Aceh yang menerapkan Syariat Islam dalam kehidupan social, ekonomi, dan pemerintahan. Kebijakan ini turut mendorong berkembangnya Lembaga keuangan syariah, termasuk penggunaan aplikasi keuangan syariah seperti mobile banking syariah, dompet digital syariah, serta platform pembayaran berbasis prinsip syariah. Selain itu, Kota Banda Aceh memiliki penetrasi internet dan penggunaan smarphone yang cukup tinggi, terutama di kalangan generasi muda.

Objek penelitian ini difokuskan pada Generasi Z yang berdomisili di Kota Banda Aceh, baik yang berstatus sebagai pelajar, mahasiswa, maupun pekerja muda, dengan rentang usia antara 13-28 tahun. Kelompok ini dipilih karena memiliki intensitas penggunaan tekonologi digital yang tinggi, sehingga relevan dalam

menilai pengaruh pengalaman, literasi digital, kepercayaan dan keamanan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah.

4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden pada penelitian ini ialah Generasi Z Kota Banda Aceh sebanyak 384 responden mengisi kuesioner ini yang dibagikan secara *online* melalui *googleform*. Setiap responden memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Maka dari itu diperlukan pengelompokkan berdasarkan karakteristik tertentu. Peneliti mengambil beberapa uraian data tentang responden. Berdasarkan jenis kelamin, responden penelitian dapat dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frequency	Persentase (%)
1	Laki-laki	113 orang	29,2 %
2	Perempuan	271 orang	70,8 %
Jumlah		384 orang	100 %

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2026)

Dari tabel 4.2 di atas dapat disimpulkan bahwa banyaknya proporsi Generasi Z Kota Banda Aceh antara laki-laki dan perempuan didominasi oleh responden perempuan sebanyak 271 orang atau persentase sebesar 70,8% dan responden laki-laki sebanyak 113 orang atau persentase 29,2% dari 384 responden yang dijadikan sampel.

4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden penelitian, hasil jawaban angket yang diedarkan kepada responden dapat dilihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3
Data Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Frequency	Persentase (%)
1	13 – 16 tahun	22 orang	5,7 %
2	17 – 20 tahun	70 orang	18,1 %
3	21 – 24 tahun	201 orang	52,3 %
4	25 – 28 tahun	91 orang	23,7 %
Jumlah		384 orang	100 %

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2026)

Dari tabel 4.3 di atas dapat disimpulkan bahwa Generasi Z Kota Banda Aceh didominasi usia 21 – 24 tahun sebanyak 201 orang atau 52,3% di mana paling terbesar dari keseluruhan sampel yang digunakan banyak dari kalangan mahasiswa dan usia 25 – 28 tahun sebanyak 91 orang atau 23,7 % dari kalangan pekerja muda.

4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Keuangan Syariah Yang Digunakan

Pengelompokkan responden Generasi Z Kota Banda Aceh berdasarkan aplikasi keuangan syariah yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4
Data Responden Berdasarkan
Aplikasi Keuangan Syariah Yang Digunakan

No.	Aplikasi	Jumlah	Persentase
1.	Byond BSI mobile	255 orang	66,4%
2.	Action Bank Aceh	50 orang	13%
3.	BCA	14 orang	3,6%
4.	BTN	5 orang	1,3 %
5.	DANA	49 orang	12,7 %
6.	LinkAja	4 orang	1 %
7.	GoPay	3 orang	0,8 %
8.	OVO	4 orang	1 %
Total		384	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2026)

Berdasarkan Tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan aplikasi keuangan syariah yang digunakan dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden Generasi Z di Kota Banda Aceh menggunakan Byond BSI Mobile sebanyak 255 orang atau 66,4% dari total 384 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa aplikasi Byond BSI Mobile merupakan *platform* keuangan syariah yang paling dominan digunakan oleh Gen Z di Kota Banda Aceh. Selanjutnya, Aplikasi DANA mewakili dompet digital paling dominan digunakan sebesar 49 responden atau 12,7%. Hal ini menunjukkan bahwa dompet digital juga memiliki daya tarik tersendiri, terutama dalam mendukung transaksi non-tunai yang praktis dan cepat.

4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Awal Penggunaan Aplikasi

Berdasarkan tahun awal penggunaan aplikasi dari hasil penyebaran responden penelitian dapat dilihat pada table 4.5 di bawah ini:

Table 4.5
Data Responden Berdasarkan
Tahun Awal Penggunaan Aplikasi
(5 Tahun Terakhir)

No	Tahun	Frequency	Persentase (%)
1	2020	20 orang	5,2 %
2	2021	41 orang	10,6 %
3	2022	54 orang	14 %
4	2023	87 orang	22,5 %
5	2024	76 orang	19,6 %
6	2025	57 orang	14,7
Jumlah		335 dari 384	86,6 dari 100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2026)

Berdasarkan Tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan tahun awal penggunaan aplikasi keuangan syariah dalam 5 tahun terakhir menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak mulai menggunakan aplikasi pada tahun 2023, yaitu 87 orang atau sebesar 22,5%. Selanjutnya, responden yang mulai menggunakan aplikasi pada tahun 2024 tercatat sebanyak 76 orang atau 19,6%, diikuti oleh tahun 2025 sebanyak 57 orang atau 14,7%. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa tingkat adopsi aplikasi keuangan syariah mengalami peningkatan signifikan dalam tiga tahun terakhir, yang

mengindikasikan semakin tingginya kepercayaan Generasi Z di Kota Banda Aceh terhadap penggunaan layanan keuangan syariah berbasis digital.

4.6 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif untuk setiap variabel dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden terhadap variabel pengalaman (X_1), literasi digital (X_2), kepercayaan (X_3), keamanan (X_4) dan penggunaan aplikasi keuangan syariah (Y). Pengolahan data menggunakan *software* yaitu SPSS (*Statistic Package for Social Science*) versi 25 dan *Microsoft Excel* 2019. Statistik deskriptif berguna untuk memberikan gambaran atau deskripsi atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

4.7 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

4.7.1 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengalaman

Hasil pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel pengalaman dapat dilihat pada Tabel 4.7.1

Tabel 4.7.1
Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Pengalaman

Item Pertanyaan	Frekuensi					Total	Mean
	STS	TS	N	S	SS		
Tampilan visual aplikasi keuangan syariah menarik dan mudah dipahami.	1	22	188	158	15	384	3,43
Warna dan Desain aplikasi membuat saya nyaman saat menggunakannya	1	12	144	192	35	384	3,65
Suara atau notifikasi dari aplikasi mengganggu saat saya bertransaksi.	1	14	141	201	27	384	3,62
Saya merasa puas dengan layanan dan fitur yang disediakan aplikasi.	1	8	165	188	22	384	3,58
Saya merasa bangga menggunakan aplikasi yang berbasis prinsip syariah.	1	24	195	146	18	384	3,41
Saya yakin seluruh transaksi telah sesuai dengan prinsip syariah	1	32	216	128	7	384	3,28
Aplikasi ini sudah cukup transparan dalam menampilkan detail transaksi.	2	53	218	107	4	384	3,15
Saya mempertimbangkan risiko dan manfaat sebelum memutuskan menggunakan Aplikasi ini.	1	9	154	205	15	384	3,58
Aplikasi ini membantu saya menjadi lebih teratur dalam mengatur keuangan.	2	38	198	130	16	384	3,31

Saya mengetahui aplikasi ini dari teman, keluarga, atau komunitas muslim.	2	27	171	157	27	384	3,47
Saya sering berdiskusi dengan orang lain tentang manfaat aplikasi keuangan syariah.	1	15	163	182	23	384	3,55
Saya merekomendasikan apk ini kepada orang lain.	1	25	183	150	25	384	3,45
Rata-rata keseluruhan							3,46

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan data pada Tabel 4.7.1 dapat diketahui bahwa penggunaan aplikasi keuangan syariah cenderung positif. Pernyataan dengan rata-rata (mean) tertinggi terdapat pada item “warna dan desain aplikasi membuat saya nyaman saat menggunakannya” dengan nilai 3,65. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai tampilan visual aplikasi keuangan syariah sudah menarik, nyaman, dan mudah digunakan, sehingga memberikan pengalaman positif bagi pengguna. Sementara itu, nilai dengan rata-rata (mean) terendah terdapat pada item pernyataan “aplikasi ini sudah cukup transparan dalam menampilkan detail transaksi” dengan nilai 3.15. hasil ini mengindikasikan bahwa responden masih merasakan cukup transparansi informasi transaksi, sehingga aspek kejelasan dan detail laporan transaksi perlu menjadi perhatian untuk perbaikan ke depan. Secara keseluruhan menunjukkan bahwa pengguna aplikasi menerima model yang dikenal sebagai TAM (*Technology Acceptance Model*), dimana sesuai dengan perilaku

penggunaan pada umumnya *usage behavior* dipengaruhi oleh *behavior intention to use* yang memiliki hubungan kemudahan penggunaan.

4.7.2 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Literasi Digital

Hasil pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel literasi digital dapat dilihat pada Tabel 4.7.2.

Tabel 4.7.2
Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Literasi Digital

Item Pertanyaan	Frekuensi					Total	Mean
	STS	TS	N	S	SS		
Saya mampu mengoperasikan aplikasi keuangan syariah tanpa bantuan orang lain.	1	57	210	105	11	384	3,18
Saya dapat melakukan transaksi digital dengan benar melalui aplikasi.	2	61	203	110	8	384	3,16
Saya memahami fungsi dan fitur utama dalam aplikasi.	5	73	210	90	6	384	3,05
Saya membagikan data pribadi kepada pihak tidak dikenal	4	40	178	150	12	384	3,33
Saya menghormati privasi pengguna lain saat menggunakan layanan digital.	4	86	206	81	7	384	3,00
Saya selalu membaca dan memahami syarat serta ketentuan sebelum menggunakan aplikasi.	2	58	213	105	6	384	3,14

Saya menggunakan kata sandi yang kuat untuk melindungi akun aplikasi.	4	91	195	85	9	384	3,01
Saya selalu memeriksa keaslian aplikasi sebelum menginstal.	2	55	183	132	12	384	3,25
Saya sering ceroboh terhadap pesan atau tautan mencurigakan terkait aplikasi keuangan.	3	63	203	108	7	384	3,14
Saya tidak aktif mengikuti perkembangan teknologi digital syariah.	2	53	180	129	20	384	3,29
Saya mendukung digitalisasi keuangan berbasis syariah.	6	78	198	95	7	384	3,05
Saya mengajak orang lain untuk menggunakan layanan digital syariah.	2	51	204	114	13	384	3,22
Rata-rata keseluruhan							3,15

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan data pada Tabel 4.7.2, diketahui nilai rata-rata (mean) tertinggi terdapat pada item pernyataan “Saya tidak membagikan data pribadi kepada pihak tidak dikenal” dengan nilai 3,33. hal ini menunjukkan bahwa responden cukup menyadari pentingnya menjaga data pribadi dan pentingnya edukasi mengenai literasi digital menjaga kerahasiaan data dari pihak tidak dikenal. Sementara itu, nilai rata-rata (mean) terendah terdapat pada pernyataan “saya menghormati privasi pengguna lain saat menggunakan layanan digital” dengan nilai 3,00. hasil ini mengindikasikan bahwa kesadaran responden dalam menghormati privasi pengguna lain masih perlu ditingkatkan, sehingga aspek etika

dan keamanan pengguna layanan digital perlu diperhatikan. Hal ini sesuai dengan TRA (*Theory of Reasoned Action*), dimana TRA menjelaskan hubungan antara dua faktor utama yaitu *attitude* (sikap/perilaku) individu terhadap konsekuensi dari keyakinan penggunaan aplikasi teknologi.

4.7.3 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan

Hasil pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan dapat dilihat pada Tabel 4.7.3.

Tabel 4.7.3

Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Kepercayaan

Item Pertanyaan	Frekuensi					Total	Mean
	STS	TS	N	S	SS		
Aplikasi yang saya gunakan dapat diandaalkan untuk ber-transaksi secara online.	4	77	195	101	7	384	3,08
Saya percaya aplikasi ini mampu memproses transaksi tanpa kesalahan.	3	49	179	136	17	384	3,3
Saya jarang mengalami gangguan atau kesalahan teknis saat menggunakan aplikasi ini.	8	89	211	73	3	384	2,93
Aplikasi yang saya gunakan memiliki reputasi yang baik di kalangan pengguna.	9	118	210	46	1	384	2,77
Saya memilih aplikasi ini karena memiliki citra positif di Masyarakat.	3	58	185	126	12	384	3,22

Ulasan atau testimoni pengguna lain membuat saya yakin terhadap kualitas aplikasi ini.	2	51	178	133	20	384	3,31
Aplikasi tidak menyediakan informasi yang jelas dan transparan tentang layanan keuangan.	2	42	209	122	9	384	3,24
Aplikasi ini memiliki system keamanan yang melindungi dari penyalahgunaan data.	5	54	184	125	16	384	3,24
Saya percaya aplikasi ini tidak akan membocorkan informasi pribadi saya.	3	67	184	120	10	384	3,18
Rata-rata keseluruhan							3,14

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan data pada Tabel 4.7.3, diketahui bahwasanya nilai rata-rata (mean) tertinggi terdapat pada item pernyataan “Ulasan atau testimoni pengguna lain membuat saya yakin terhadap kualitas aplikasi ini” dengan nilai 3,31. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju bahwa ulasan atau testimoni pengguna lain berperan penting dalam membangun kepercayaan terhadap aplikasi. Artinya, faktor social seperti pengalaman pengguna lain menjadi aspek yang paling kuat dalam membentuk persepsi kepercayaan responden. Semakin banyak ulasan positif, maka semakin tinggi tingkat keyakinan responden pada kualitas aplikasi. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Aplikasi yang saya gunakan memiliki reputasi yang baik di kalangan pengguna” dengan nilai 2,77. Hal ini menunjukkan bahwa

responden cenderung berada pada kategori netral menuju kurang setuju. Artinya, persepsi terhadap reputasi aplikasi di kalangan pengguna belum sepenuhnya kuat. Responden mungkin belum merasakan atau mengetahui citra reputasi aplikasi secara luas. Dengan demikian sejalan dengan teori TPB (*Theory of Planned Behavior*) pada aspek subjektif norm, di mana individu cenderung mengikuti pandangan orang lain dalam membentuk kepercayaan. Selain itu, dalam perspektif TAM (*Technology Acceptance Model*), kepercayaan yang terbentuk dari pengalaman pengguna lain turut memperkuat penerimaan teknologi.

4.7.4 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel

Keamanan

Hasil pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel keamanan dapat dilihat pada Tabel 4.7.4.

Tabel 4.7.4

Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Keamanan

Item Pertanyaan	Frekuensi					Total	Mean
	STS	TS	N	S	SS		
Saya yakin data pribadi saya aman di aplikasi yang saya gunakan.	2	37	163	154	28	384	3,44
Saya merasa tenang data transaksi tidak disebarluaskan.	4	58	192	119	11	384	3,2
Aplikasi yang saya gunakan memiliki kebijakan privasi yang mudah dipahami.	2	49	179	140	14	384	3,3

Setiap transaksi dari aplikasi memerlukan verifikasi untuk menjamin keamanan.	2	54	191	122	15	384	3,24
Saya tidak percaya system aplikasi mampu melindungi dana dari penyalahgunaan.	1	32	162	169	20	384	3,46
Aplikasi memiliki system keamanan yang andal terhadap risiko peretasan.	8	92	179	99	6	384	3,01
Rata-rata keseluruhan							3,28

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan data Tabel 4.7.4 di atas diketahui nilai rata-rata (mean) tertinggi terdapat pada item pernyataan “Saya tidak percaya system aplikasi mampu melindungi dana dari penyalahgunaan” nilai 3,46. Pernyataan ini bersifat negatif, diperlukan agar responden tidak cenderung menjawab “setuju” untuk semua pernyataan, sehingga berpikir lebih hati-hati sebelum menjawab. Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat keraguan responden terhadap kemampuan system aplikasi dalam melindungi dana dari penyalahgunaan. Sementara itu, pernyataan dengan nilai rata-rata (mean) terendah “Aplikasi memiliki sistem keamanan yang andal terhadap risiko peretasan” dengan nilai 3,01. Nilai ini menunjukkan bahwa tingkat keyakinan responden terhadap keandalan sistem keamanan masih relatif lebih rendah dibanding indikator lain. Adapaun secara keseluruhan nilai rata-rata variabel keamanan 3,28 menunjukkan bahwa persepsi responden masih perlu ditingkatkan guna kepercayaan pengguna. Hal ini sejalan dengan perspektif TAM

(*Theory Acceptance Model*), keamanan merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi terbentuknya kepercayaan, yang berdampak pada penerimaan teknologi. Sementara itu, TPB (*Theory of Planned Behavior*) berkaitan dengan keamanan, di mana pengguna merasa lebih yakin menggunakan sistem. Semakin tinggi tingkat keamanan, maka semakin tinggi pula kepercayaan penggunaan aplikasi keuangan.

4.7.5 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah

Hasil pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel penggunaan aplikasi keuangan syariah dapat dilihat pada Tabel 4.7.5.

Tabel 4.7.5
Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah

Item Pertanyaan	Frekuensi					Total	Mean
	STS	TS	N	S	SS		
Saya menggunakan aplikasi ke-uangan syariah karena membu-tuhkan kemudahan dalam ber-transaksi.	1	47	221	110	5	384	3,19
Saya merasa aplikasi keuangan syariah membantu memenuhi kebutuhan keuangan sehari-hari	1	37	159	164	23	384	3,45
Saya menggunakan aplikasi untuk mendukung aktivitas yang lebih efisien dan halal.	1	40	203	128	12	384	3,29

Saya mendapatkan informasi tentang aplikasi dari social media, teman, atau keluarga.	1	29	202	148	4	384	3,33
Saya merasa informasi yang tersedia tentang aplikasi keuangan syariah tidak jelas.	1	9	136	209	29	384	3,67
Saya mencari informasi tentang pengalaman penggunaan orang setelah menggunakan aplikasi.	1	44	252	86	1	384	3,11
Saya mempertimbangkan reputasi dan keandalan aplikasi sebelum menggunakannya.	1	6	132	220	25	384	3,68
Saya menilai keamanan transaksi sebagai faktor penting dalam memilih aplikasi keuangan.	1	24	157	177	25	384	3,52
Saya memperhatikan ulasan atau rekomendasi pengguna lain sebelum menggunakan aplikasi keuangan syariah.	2	44	180	146	12	384	3,32
Saya berencana untuk terus menggunakan aplikasi keuangan syariah ini di masa mendatang.	1	43	250	89	1	384	3,12
Saya tidak bersedia merekomendasikan aplikasi keuangan syariah kepada orang lain.	2	33	190	147	12	384	3,35
Saya akan mencoba layanan lain yang ditawarkan oleh	2	54	241	86	1	384	3,08

aplikasi keuangan syariah yang sama.							
Rata-rata keseluruhan							3,34

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan data pada Tabel 4.7.5 diketahui rata-rata (mean) tertinggi terdapat pada item pertanyaan “Saya mempertimbangkan reputasi dan keandalan aplikasi sebelum menggunakannya” dengan nilai 3,68. Hal ini mengindikasikan tingkat kepercayaan terhadap reputasi dan keandalan aplikasi menjadi factor utama yang mempengaruhi penggunaan aplikasi, semakin baik maka semakin tinggi minat pengguna. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada item pernyataan “saya akan mencoba layanan lain yang ditawarkan oleh aplikasi keuangan syariah yang sama” sebesar 3,08. Artinya, bahwa responden cenderung belum sepenuhnya tertarik atau belum memiliki dorongan kuat untuk mengeksplorasi layanan lain yang tersedia dalam aplikasi tersebut. Akan tetapi rata-rata keseluruhan sebesar 3,34 menunjukkan bahwa tingkat penggunaan aplikasi keuangan syariah oleh responden berada pada kategori baik. Hal ini mampu dijelaskan langsung melalui perspektif TAM, TRA, dan TPB. TAM menekankan bahwa persepsi kemudahan, manfaat, serta keamanan berperan membentuk nait pengguna. TRA menjelaskan bahwa sikap dan pengaruh social, seperti ulasan pengguna lain, turut mempengaruhi keputusan menggunakan aplikasi. Sementara TPB, menambah aspek *perceived*

behavior control, Dimana keamanan dan kemudahan meningkatkan rasa kendali pengguna.

4.8 Hasil Uji Alat Ukur

Sampel yang didapatkan pada penelitian ini sebanyak 384 responden, kemudian data diolah dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25, dengan hasil pengujian sebagai berikut:

4.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah pengukuran yang menunjukkan ketepatan dan kecermatan suatu ukuran dalam suatu instrumen terhadap konsep yang diteliti. Tujuan uji validitas adalah agar data yang diperoleh dapat digunakan dan hasil penelitian dapat di pertanggungjawabkan. Pengujian validitas pada penelitian ini dengan menggunakan uji *Pearson Correlation*. banyaknya data yang digunakan adalah 384 ($N=382$) nilai r tabel untuk $N = 384$ adalah $df = N-2$ ($384-2=382$) dengan taraf signifikan 5% adalah 0,100. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2020).

Pengujian validitas ini yaitu menggunakan perangkat lunak SPSS, hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 4.8.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r- hitung	r-tabel	Sig.	Keterangan
Pengalaman (X1)	X1.1	0,858	0,100	0,000	Valid
	X1.2	0,856		0,000	Valid
	X1.3	0,847		0,000	Valid
	X1.4	0,835		0,000	Valid
	X1.5	0,855		0,000	Valid
	X1.6	0,847		0,000	Valid
	X1.7	0,855		0,000	Valid
	X1.8	0,845		0,000	Valid
	X1.9	0,866		0,000	Valid
	X1.10	0,878		0,000	Valid
	X1.11	0,853		0,000	Valid
	X1.12	0,867		0,000	Valid
Literasi Digital (X2)	X2.1	0,865	0,100	0,000	Valid
	X2.2	0,876		0,000	Valid
	X2.3	0,872		0,000	Valid
	X2.4	0,873		0,000	Valid
	X2.5	0,855		0,000	Valid
	X2.6	0,840		0,000	Valid
	X2.7	0,871		0,000	Valid
	X2.8	0,870		0,000	Valid
	X2.9	0,876		0,000	Valid
	X2.10	0,884		0,000	Valid
	X2.11	0,882		0,000	Valid
	X2.12	0,874		0,000	Valid
Kepercayaan (X3)	X3.1	0,871	0,100	0,000	Valid
	X3.2	0,871		0,000	Valid
	X3.3	0,876		0,000	Valid
	X3.4	0,843		0,000	Valid

Variabel	Item Pertanyaan	r- hitung	r-tabel	Sig.	Keterangan
	X3.5	0,877		0,000	Valid
	X3.6	0,893		0,000	Valid
	X3.7	0,856		0,000	Valid
	X3.8	0,881		0,000	Valid
	X3.9	0,882		0,000	Valid
Keamanan (X4)	X4.1	0,890	0,100	0,000	Valid
	X4.2	0,889		0,000	Valid
	X4.3	0,883		0,000	Valid
	X4.4	0,862		0,000	Valid
	X4.5	0,883		0,000	Valid
	X4.6	0,895		0,000	Valid
Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)	Y1	0,833	0,100	0,000	Valid
	Y2	0,865		0,000	Valid
	Y3	0,849		0,000	Valid
	Y4	0,824		0,000	Valid
	Y5	0,832		0,000	Valid
	Y6	0,814		0,000	Valid
	Y7	0,844		0,000	Valid
	Y8	0,867		0,000	Valid
	Y9	0,845		0,000	Valid
	Y10	0,826		0,000	Valid
	Y11	0,863		0,000	Valid
	Y12	0,833		0,000	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2026)

Dari tabel 4.8.1 di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel bebas dalam penelitian ini dinyatakan valid, dikarenakan nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga pengujian dapat dilanjutkan ke pengujian berikutnya.

4.8.2 Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan cara *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. SPSS memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistic *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan $> 0,600$, di mana $0,600$ adalah standarisasi nilai reliabilitas menurut pernyataan dari Nunnally (Ghozali, 2020).

Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.8.2 dibawah ini:

Tabel 4.8.2
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengalaman (X1)	0,966	Sangat Reliabel
Literasi Digital (X2)	0,971	Sangat Reliabel
Kepercayaan (X3)	0,961	Sangat Reliabel
Keamanan (X4)	0,944	Sangat Reliabel
Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)	0,962	Sangat Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2026)

Dapat disimpulkan pada Tabel 4.8.2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel pengalaman sebesar $0,966$ (sangat reliabel), variabel literasi digital sebesar $0,971$ (sangat reliabel), variabel kepercayaan sebesar $0,961$ (sangat reliable), variabel keamanan sebesar $0,944$ (sangat reliabel) dan variabel penggunaan aplikasi keuangan syariah sebesar $0,962$ (sangat reliabel).

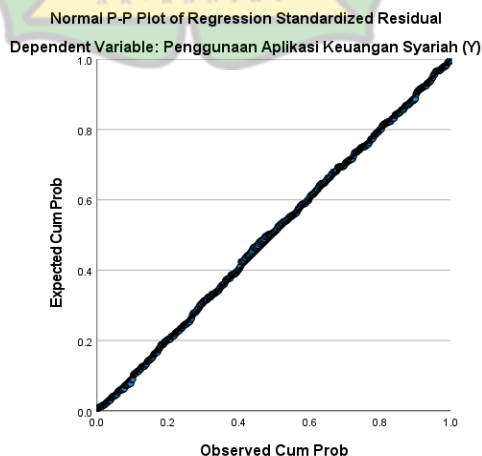
4.9 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

4.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal ataukah tidak. Apabila terjadi pelanggaran asumsi ini, maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Janie, 2022). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dan grafik *probability plot*.

Pada grafik *probability plot* data dapat dikatakan normal dengan melihat penyebaran data/titik pada sumbu diagonal. Pada hasil pengujian normalitas diketahui grafik *probability plot* memiliki titik-titik yang mengikuti garis diagonal sehingga dapat disimpulkan data pada penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

Gambar 4.9.1
Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan gambar 4.9.1 diatas dapat dilihat bahwa data plotting (titik-titik) mengikuti garis diagonal, maka kesimpulannya model regresi berdistribusi normal. Untuk memastikan asumsi normalitas terpenuhi, peneliti melanjutkan dengan uji statistic *Kolmogorov-Smirnov*, yang secara formal menguji apakah residual dari model regresi penggunaan aplikasi keuangan syariah benar-benar terdistribusi normal. Hasil uji ini digunakan untuk memperkuat Kesimpulan awal yang diperoleh dari analisis visual pada grafik Normal P-P Plot. Adapun hasil Uji Kolmogorov-Smirnov disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.9.1
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.00193658
Most Extreme Differences	Absolute		.023
	Positive		.019
	Negative		-.023
Test Statistic			.023
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.912
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.905
		Upper Bound	.919
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov pada Tabel 4.9.1 di atas dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Kesimpulan tersebut didukung oleh nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05.

4.9.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi di mana variabel independen pada suatu persamaan regresi linear saling berhubungan satu sama lain, multikolinearitas dapat menyebabkan *standard error* (Fauzi, Dencik, & Asiati, 2023). Pada uji multikolinearitas ini, penulis melihat pada nilai *Inflation Factor* (VIP) dan *tolerance* pada model regresi. Jika, nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1. maka model regresi tidak memiliki multikolinearitas atau bebas dari multikolinearitas. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.9.2

Tabel 4.9.2
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.128	1.597		-.707	.480		

Pengalaman (X1)	.465	.032	.484	14.358	.000	.814	1.228
Literasi Digital (X2)	.241	.028	.277	8.572	.000	.888	1.126
Kepercayaan (X3)	.274	.038	.240	7.261	.000	.849	1.178
Keamanan (X4)	.257	.054	.155	4.789	.000	.889	1.125

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)

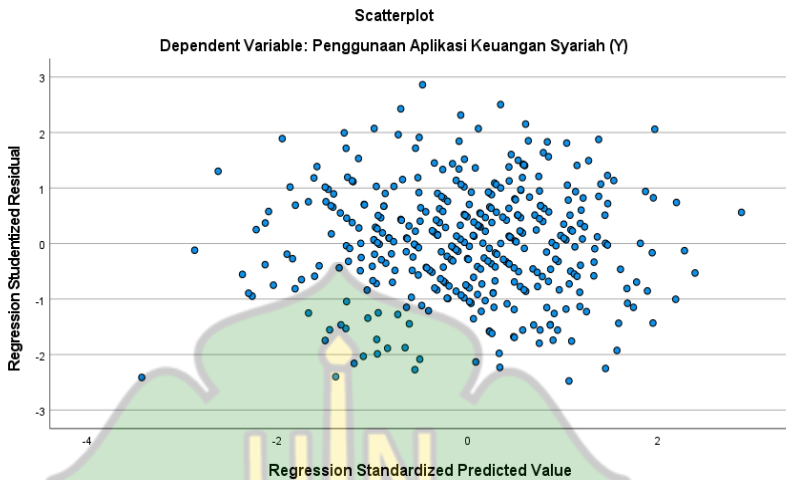
Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2026)

Berdasarkan data pada Tabel 4.9.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas. Diketahui pada variabel pengalaman nilai *tolerance* dan VIF sebesar 0,814 dan 1,228, pada variabel literasi digital nilai *tolerance* dan VIF sebesar 0,888 dan 1,126, pada variabel kepercayaan nilai *tolerance* dan VIF sebesar 0,849 dan 1,178, dan pada variabel keamanan nilai *tolerance* dan VIF sebesar 0,889 dan 1,125. Sehingga tidak terjadinya multikolinearitas dikarenakan nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1.

4.9.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya heteroskedastisitas. Untuk menguji terjadi heteroskedastisitas apa tidak, dapat dilakukan dengan pengujian Scatterplot dan Glejser. Pengujian Scatterplot dapat dilihat pada Gambar 4.9.3 di bawah ini:

Gambar 4.9.3
Hasil Uji Scatterplot



Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak (random) dan juga tidak membentuk pola seperti gelombang, melebar atau menyempit, kemudian titik-titik berada diatas dan dibawah angka 0. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas.

4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ($x_1, x_2, x_3 \dots x_n$) dengan variabel dependen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor pengalaman, literasi digital, kepercayaan dan keamanan dalam mempengaruhi penggunaan aplikasi keuangan syariah pada gen Z di Kota Banda Aceh. Hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.10:

Tabel 4.10
Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.128	1,597		-.707	.480
	Pengalaman	.465	.032	.484	14.358	.000
	Literasi Digital	.241	.028	.277	8.572	.000
	Kepercayaan	.274	.038	.240	7.261	.000
	Keamanan	.257	.054	.155	4.789	.000
a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah						

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22 (2023)

Berdasarkan tabel 4.10 data di atas, maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda yang merepresentasikan hubungan antara variabel independent dan variabel dependen dalam penelitian ini. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -1.128 + 0.465 X_1 + 0.241 X_2 + 0.274 X_3 + 0.257 X_4 + e$$

Persamaan tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa:

1. Konstanta (α) = sebesar -1.128 artinya jika tidak ada perubahan semua variabel, maka rata-rata tingkat pengaruh penggunaan aplikasi keuangan syariah sebesar -1.128 satu-satuan.
2. Pengalaman (X_1) = Koefisien regresi pada variabel pengalaman bernilai positif sebesar 0,465 artinya apabila variabel pengalaman mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka penggunaan aplikasi keuangan syariah

meningkat sebesar 0,465 satu-satuan dengan asumsi variabel independent lainnya bernilai tetap.

3. Literasi Digital (X_2) = Koefisien regresi pada variabel literasi digital bernilai positif sebesar 0,241 artinya apabila variabel literasi digital mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka akan menyebabkan peningkatan penggunaan aplikasi keuangan syariah sebesar 0,241. Dengan perkiraan bahwa variabel lain dari model regresi ialah tetap.
4. Kepercayaan (X_3) = Koefisien regresi pada variabel kepercayaan bernilai positif sebesar 0,274 artinya apabila variabel kepercayaan mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka penggunaan aplikasi keuangan syariah meningkat sebesar 0,274 satu-satuan dengan asumsi variabel independent lainnya bernilai tetap.
5. Keamanan (X_4) = Koefisien regresi pada variabel keamanan bernilai positif sebesar 0,257 artinya apabila variabel keamanan mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka penggunaan aplikasi keuangan syariah meningkat sebesar 0,257 satu-satuan dengan asumsi variabel independent lainnya bernilai tetap.

4.11 Hasil Pengujian Hipotesis

4.11.1 Uji Parsial (Uji T)

Berdasarkan tabel 4.10, hasil pengujian regresi linear berganda menunjukkan uji t seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Jika signifikan nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Adapun rumus mencari t tabel adalah $\alpha/2; n-k-1 = 0,05/2; 384-4-1 = (0,025; 379) = 1,966$. Maka nilai t tabel pada penelitian ini adalah 1,966. Maka hasil penelitian uji parsial pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel pengalaman diketahui bahwa nilai koefisien bertanda positif 0,465 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $14,358 > t_{\text{tabel}}$ sebesar 1,966. Dapat disimpulkan bahwa pengalaman berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah, dikarenakan t hitung 14,358 atau lebih besar dari nilai t tabel 1,966 yang artinya pengalaman (X_1) berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah (Y).
2. Pada variabel literasi digital diketahui bahwa nilai koefisien bertanda positif 0,241 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $8,572 > t_{\text{tabel}}$ sebesar 1,966. Dapat disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah,

dikarenakan t hitung 8,572 atau lebih besar dari nilai t tabel 1,966 yang artinya literasi digital (X2) berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah (Y).

3. Pada variabel kepercayaan diketahui bahwa nilai koefisien bertanda positif 0,274 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 $< 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 7,261 $> t_{tabel}$ sebesar 1,966. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah, dikarenakan t hitung 7,261 atau lebih besar dari nilai t tabel 1,966 yang kepercayaan (X3) berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah (Y).
4. Pada variabel keamanan diketahui bahwa nilai koefisien bertanda positif 0,257 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 $< 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 4,789 $> t_{tabel}$ sebesar 1,966. Dapat disimpulkan bahwa keamanan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah, dikarenakan t hitung 4,789 atau lebih besar dari nilai t tabel 1,966 yang artinya keamanan (X4) berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah (Y).

4.11.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan atau uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya secara simultan. atau menguji apakah model regresi yang dibuat oleh peneliti baik signifikan atau tidak signifikan. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas memiliki

pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Jika signifikan nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil pengujian simultan (uji f) dapat dilihat pada Tabel 4.11.2:

Tabel 4.11.2
Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11353.054	4	2838.264	175.369	.000 ^b
	Residual	6133.935	379	16.185		
	Total	17486.990	383			

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)

b. Predictors: (Constant), Keamanan (X4), Literasi Digital (X2), Kepercayaan (X3), Pengalaman (X1)

Adapun rumus mencari F tabel adalah $k; n-k = 4; 384 - 4 = (4; 379) = 2,39$. Maka nilai f tabel pada penelitian ini adalah 2,39. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 dan f hitung $175.369 > f \text{ tabel } 2,39$ yang artinya bahwa pengalaman (X1), literasi digital (X2), kepercayaan (X3) dan keamanan (X4) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah (Y).

4.11.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian Koefisien Determinasi pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 ini terletak antara 0 dan 1. Bila nilai R^2 mendekati 0, berarti banyak sekali variasi variabel dependen yang tidak dijelaskan oleh variabel independen. Jika nilai R^2 bergerak mendekati 1 berarti semakin besar variasi variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel independen. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel model summary dan tertulis *R Square*. Hasil penelitian ini dapat dilihat Tabel 4.11.3

Tabel 4.11.3
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.649	.646	4.02300
a. Predictors: (Constant), Keamanan (X4), Literasi Digital (X2), Kepercayaan (X3), Pengalaman (X1)				
b. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)				

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22 (2023)

Berdasarkan tabel 4.11.3 diatas hasil output pengujian koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada *R Square* yakni sebesar 0,649. Hal ini menunjukkan kemampuan variabel bebas (pengalaman, literasi digital, kepercayaan, dan keamanan) dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 0,649 atau 65% sisanya 35% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.12 Pembahasan Hasil Penelitian

Responden pada penelitian ini adalah generasi Z di Kota Banda Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman, literasi digital, kepercayaan dan keamanan dalam mempengaruhi penggunaan aplikasi keuangan syariah pada generasi Z di Kota Banda Aceh. Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel pengalaman (X_1) berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah, variabel literasi digital (X_2) berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah, variabel kepercayaan (X_3) berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah dan variabel keamanan (X_4) berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah

Secara bersama-sama (simultan) variabel pengalaman, literasi digital, kepercayaan dan keamanan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada gen z di Kota Banda Aceh. Pada uji determinasi diketahui nilai *Adjusted R Square* yakni sebesar 0,649, hal ini menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 0,649 atau 65% sisanya 35% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.12.1 Variabel Pengalaman Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada variabel pengalaman diketahui hasil nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $14,358 > t_{tabel}$ sebesar 1,966. Dapat disimpulkan bahwa

pengalaman berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah, dikarenakan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} 14,358 > t_{\text{tabel}} 1,966$. Koefisien regresi pada variabel pengalaman bernilai positif sebesar 0,465 atau 46,5% artinya apabila variabel pengalaman mengalami peningkatan, maka akan menyebabkan peningkatan penggunaan aplikasi keuangan syariah pada gen z di Kota Banda Aceh sebesar 0,465 atau 46,5%. Dengan perkiraan bahwa variabel lain dari model regresi ialah tetap.

Hubungan pengalaman terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah memiliki peran sangat penting. Hal ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa pengalaman pengguna yang semakin baik akan meningkatkan persepsi kemudahan dan kemanfaatan aplikasi tersebut. Artinya semakin baik pengalaman yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi tingkat penggunaan aplikasi keuangan syariah. Selain itu, dalam *Theory of Reasoned Action* (TRA), Pengalaman yang baik akan membentuk sikap positif, kepercayaan, dan loyalitas pengguna terhadap aplikasi tersebut. Sehingga mendorong mereka untuk terus menggunakan serta memanfaatkan fitur-fitur aplikasi secara berkelanjutan. Oleh karena itu, Ketika pengguna merasakan kepuasan berdasarkan pengalaman pribadi, maka pengguna akan merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang terdekat, teman dan saudara untuk menggunakan aplikasi keuangan syariah yang sama.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ruheli (2025), Pengaruh pengalaman dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* menunjukkan bahwa pengalaman konsumen dan kepercayaan konsumen secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap peningkatan keputusan pembelian produk pada *marketplace*.

4.12.2 Variabel Literasi Digital Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada variabel literasi digital, diketahui hasil nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $8,572 > t_{tabel}$ sebesar 1,966. Dapat disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah, dikarenakan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 8,572 > t_{tabel} 1,966$. Koefisien regresi pada variabel literasi digital bernilai positif sebesar 0,241 atau 24,1% artinya apabila variabel literasi digital mengalami peningkatan, maka akan menyebabkan peningkatan penggunaan aplikasi keuangan syariah pada gen z di Kota Banda Aceh sebesar 0,241 atau 24,1%. Dengan perkiraan bahwa variabel lain dari model regresi ialah tetap.

Hubungan literasi digital terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah sangat erat, dan memiliki hubungan positif. Hal ini sejalan dengan Hal ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menjelaskan bahwa kemampuan teknologi akan

meningkatkan *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Literasi digital mencakup kemampuan memahami teknologi, mengakses informasi digital, mampu mengoperasikan aplikasi, serta menjaga keamanan data pribadi. Selain itu, temuan ini didukung oleh *Theory of Reasoned Action* (TRA), bahwa perilaku individu dipengaruhi niat yang terbentuk dari sikap dan norma subjektif, karena kemampuan digital yang baik akan meningkatkan pemahaman, kepercayaan, dan kenyamanan pengguna dalam bertransaksi secara berkelanjutan sesuai prinsip syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Salsabila (2025) Pengaruh literasi digital terhadap penggunaan Qris BSI, menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan penggunaan QRIS. Widianti (2024) pengaruh literasi digital terhadap penggunaan QRIS BSI mobile banking, hasil menunjukkan bahwa adanya pengaruh negatif literasi digital terhadap penggunaan QRIS BSI mobile banking.

4.12.3 Variabel Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada variabel kepercayaan, diketahui hasil nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $7,261 > t_{tabel}$ sebesar 1,966. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah, dikarenakan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 7,261 > t_{tabel} 1,966$. Koefisien regresi pada variabel kepercayaan bernilai positif

sebesar 0,274 atau 27,4% artinya apabila variabel kepercayaan mengalami peningkatan, maka akan menyebabkan peningkatan penggunaan aplikasi keuangan syariah pada gen z di Kota Banda Aceh sebesar 0,274 atau 27,4%. Dengan perkiraan bahwa variabel lain dari model regresi ialah tetap.

Hubungan kepercayaan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah memiliki hubungan positif dan signifikan. Kepercayaan mencakup keyakinan terhadap keamanan sistem, kerahasiaan data pribadi, keandalan layanan, serta kepatuhan aplikasi terhadap prinsip-prinsip syariah. Kepercayaan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan penggunaan aplikasi keuangan syariah, hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) pada aspek subjektif norm, di mana individu cenderung mengikuti pandangan orang lain dalam membentuk kepercayaan. Selain itu, dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), kepercayaan terbentuk dari pengalaman pengguna lain turut memperkuat penerimaan teknologi. Oleh karena itu, kepercayaan akan membentuk rasa aman, loyalitas, dan komitmen pengguna terhadap aplikasi tersebut. Kepercayaan ini tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis dari sistem yang digunakan, tetapi juga dengan bagaimana bank digital menyampaikan informasi kepada pengguna mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti (2024) pengaruh kemudahan, literasi digital, dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan QRIS BSI mobile

banking pada generasi milenial purwokerto, menunjukkan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan generasi milenial menggunakan QRIS BSI Mobile Banking. Penelitian Meliana dan Supriadi (2025) pengaruh kepercayaan terhadap minat gen Z menggunakan bank digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan. Penelitian Sari (2025) analisis tingkat literasi digital gen Z terhadap penggunaan aplikasi BSI mobile.

4.12.4 Variabel Keamanan Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada variabel keamanan, diketahui hasil nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $4,789 > t_{tabel}$ sebesar $1,966$. Dapat disimpulkan bahwa keamanan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah, dikarenakan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 4,789 > t_{tabel} 1,966$. Koefisien regresi pada variabel keamanan bernilai positif sebesar $0,257$ atau $25,7\%$ artinya apabila variabel keamanan mengalami peningkatan, maka akan menyebabkan peningkatan penggunaan aplikasi keuangan syariah pada gen z di Kota Banda Aceh sebesar $0,257$ atau $25,7\%$. Dengan perkiraan bahwa variabel lain dari model regresi ialah tetap.

Hubungan keamanan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah memiliki hubungan positif dan signifikan. Keamanan mencakup perlindungan data pribadi, keamanan transaksi, system autentifikasi, serta perlindungan dari risiko penipuan dan

penyalahgunaan data. Hal ini sejalan dengan perspektif TAM (*Theory Acceptance Model*), keamanan merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi terbentuknya kepercayaan, yang berdampak pada penerimaan teknologi. Sementara itu, TPB (*Theory of Planned Behavior*) berkaitan dengan keamanan, di mana pengguna merasa lebih yakin menggunakan sistem. Semakin tinggi tingkat keamanan, maka semakin tinggi pula kepercayaan penggunaan aplikasi keuangan. Untuk itu faktor keamanan dari sistem informasi yang digunakan harus terjamin dan dipastikan aman dalam batas yang diterima. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pengguna, maka semakin besar kecenderungan pengguna untuk menggunakan aplikasi keuangan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aisa (2024) Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai media pembayaran *cashless society*. Penelitian ini menunjukkan variabel keamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah. Penelitian Triana (2024) pengaruh keamanan terhadap penggunaan e-wallet menunjukkan hasil positif secara parsial.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti teliti dengan 384 responden maka kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel pengalaman (X1) berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah (Y).
2. Variabel literasi digital (X2) berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah (Y).
3. Variabel kepercayaan (X3) berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah (Y).
4. Variabel keamanan (X4) berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah (Y).
5. Variabel pengalaman (X1), literasi digital (X2), kepercayaan (X3) dan keamanan (X4) berpengaruh positif secara simultan atau bersama-sama terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan ialah:

5.2.1 Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi mengenai mengetahui pengaruh pengalaman, literasi digital, kepercayaan, dan keamanan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah pada gen z di Kota Banda Aceh. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel yang belum diteliti pada penelitian ini, menggunakan metode penelitian yang berbeda agar memperoleh hasil yang mendalam, serta memperluas wilayah penelitian yang lebih banyak.

5.2.2 Praktis

Untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna, terutama dari segi kemudahan penggunaan, kecepatan layanan, dan kenyamanan tampilan aplikasi. Memperkuat sistem keamanan, khususnya perlindungan data, keamanan transaksi. Membangun dan menjaga kepercayaan pengguna melalui transparansi system dan pelayanan responsive.

5.2.3 Untuk Pengambilan Kebijakan

Masyarakat diharapkan dapat meningkatkan literasi digital melalui edukasi, panduan penggunaan, layanan bantuan yang mudah diakses agar mampu menggunakan aplikasi keuangan syariah, serta dapat memanfaatkan aplikasi dengan baik, selain itu, lebih teliti dan waspada

dalam menjaga data pribadi dengan tidak membagikan PIN, OTP dan informasi penting lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya, Kementerian Agama RI (2022).
- Ahmad, N. R. (2022). Analisis Transaksi Financial Technology (Fintech) Syariah Dalam Perspektif Maqasid Syariah. *Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol.6 No.2*, 11.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision process*
- Anita, S. Y., Burhanuddin, B., Litamahuputty, J. V., Sipakoly, S., & Nurchayati, N. (2024). Strategi Pengembangan Fintech Di Indonesia Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *jurnal ilmiah edunomika*, 8(2).
<https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.13136>
- Aprianti, R. E. (2023). Pengaruh Kemudahan dan keamanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan QRIS Livin' by Mandiri. *Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 65-74.
- Asrori, I. D. (2019). Pengaruh Literasi terhadap Kepercayaan Muzakki pada lembaga pengelola zakat dengan akuntabilitas dan transparansi. *economic education analysis vol.8 No.2*, 21.
- Azizah, N. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Transparansi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan menyalurkan ZIS di Kitabisa.com. *ekonomi syariah pelita bangsa*, 8.
- BPS, B. A. (2024). *Jumlah Penduduk berdasarkan umur*. Banda Aceh: BPS Aceh.
- BPS, B. P. (2022). *Persentase Penduduk Indonesia Berdasarkan generasi*. Jakarta: BPS.

- Chamdan Mashuri, G. S. (2022). *Buku Ajar Literasi Digital*. Jawa Barat: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Dahmiri, A. D. (2021). Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keamanan Konsumen Dan Implikasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Kota jambi. *Manajemen terapan dan keuangan*, 32.
- Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- Fauzi, F., Dencik, A. B.& Asiati, D. I. (2019). *Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi: Aplikasi SPSS dan EViews untuk Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2021). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0. Badan Penerbit UNDIP.
- Hasan, I. (2008). *Analisis data penelitian dengan statistik*. jakarta: Bumi Aksara.
- Hernawati, D. P. (2013). Pengaruh Etika, Pengalaman dan Prilaku Terhadap Penggunaan produk. *Neo-Bis Vol.7 No.2*, 4.
- Ibnu Katsir, *Tafsir al-Qur'an al'azhim*, Beirut: Dar al-Fikr, Juz 3.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. (2022). Pengembangan Uji Statistik: *Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka.
- Kominfo. (2021). *Road Literasi Digital 2020-2024*. jakarta: kominfo.
- Kusuma, A. F. (2021). pengaruh kemudahan penggunaan, pengalaman berbelanja, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian jual beli online shopee. *stei jakarta*, 20-25.

Katadata (2024). web katadata.com
(<https://katadata.com/artikel/generasiZ>)

Lemeshow, S. (1997). *Besar Sampel dalam penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Muttaqin, Z. (2021). *Literasi Digital Masa Pandemi*. Aceh: Syiah Kuala University Press.

Nadhilah, A., & Hasanah, N. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi). *Prosiding SNAM PNJ*, 1(2).

Naufal, H. A. (2021). Literasi digital. *Jurnal Perspektif*, 199.

Nawatmi, S. (2010). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Fokus Ekonomi.

Nurmansyah. (2020). *Pengaruh Pelatihan dan Pengalaman Mengajar terhadap peningkatan profesionalitas*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Norrahman, R. A. (2023). Peran Fintech Dalam Transformasi Sektor Keuangan Syariah. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2), 101-126. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i2.11>

Pramesti, K. F. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Sertifikasi Halal terhadap keputusan pembelian pada japanese food restaurant magelang. *unimma*, 609-619.

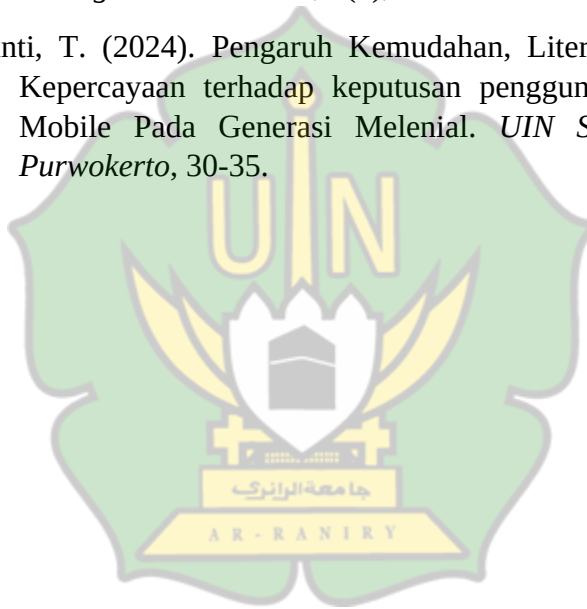
Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

- Priyatno, D. (2009). *5 jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: Andi.
- Prof. Ir. Sukoso, M. P. (2020). *Ekosistem Industri Halal*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Rahmani, N. A. (2019). *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Redhana, I. W. (2024). *Literasi Digital: Pedoman Menghadapi Society 5.0*. Jakarta: Samudra Biru.
- Agama, Departemen. RI (2025). *Al-Qur'an dan Terjemahannya Al-Hujurat:6*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Rizky, A. H. (2023). Pengaruh Keamanan layanan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Bank Syariah Bagi mahasiswa FAI UMSU. *journal of management and sharia bussines*, 95-109.
- Ruheli, R. (2025). Pengaruh Pengalaman dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace. *Media Teknologi UNIGAL*, 173-174.
- Salshabila. (2025). Pengaruh literasi digital terhadap penggunaan Qris BSI. *Neraca*, 431-440.
- Saputra, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking. *FEBI UIN Ar-Raniry*.
- Stanley Lemeshow et.al., (1997) *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sharon. (2020). *Belajar Data Science di Rumah*. Retrieved from Macam-Macam Teknik Pengumpulan Data: Skala Pengukuran Data yang Dapat Kamu Implementasikan Setelah Melakukan Teknik Pengumpulan Data:

<https://www.dqlab.id/macam-macam-teknik-pengolahan-data-dalam-data-science>

- Subagyo, J. (2011). *Metode Penelitian dalam teori dan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: PT. Pustaka baru.
- Supriati, E. (2020). *Literasi di Era Digital: Potret Tata kelola dan Manajemen Perpustakaan Sekolah*. Yogyakarta: Transmedia Grafika.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tiffani, I. (2023). pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *management, bussiness, and accounting vol.22 no.1*, 154.
- Triana. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan dan Keamanan terhadap keputusan penggunaan E-Wallet dalam perspektif bisnis islam (studi kasus pada Gen Z Pengguna Aplikasi Dana Di bandar lampung). *Manjemen bisnis syariah*, 30-35.
- Utomo, S. B., Utami, E. Y., Mardiah, A., Wijaya, I., & Mulatsih, L. S. (2024). Faktor-Faktor yang mempengaruhi niat mahasiswa ekonomi dalam penggunaan dompet digital. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).
- Venkatesh, F. D. (1996). A Model of The Antendents of Perceived Ease of use: Development dan Test. *Decision Science* 27:3, 8.

- Viswanathan, R. A. (2011). Web Services and E-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer', *IJCA Special Issue on: Wireless Information. Networks and Bussines Information System*, 54-60.
- Widanengsih, E. (2021). *Penerapan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model Untuk Mengukur Perilaku Pengguna Aplikasi Akuntansi Pada Usaha Kecil Dan Menengah. Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(3), 146-160
- Widianti, T. (2024). Pengaruh Kemudahan, Literasi Digital dan Kepercayaan terhadap keputusan penggunaan QRIS BSI Mobile Pada Generasi Melenial. *UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 30-35.



LAMPIRAN

Lampiran I

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PENGALAMAN, LITERASI DIGITAL, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP PENGUNAAN APLIKASI KEUANGAN SYARIAH PADA GENERASI Z KOTA BANDA ACEH

Yang terhormat, Gen Z Pengguna Aplikasi Keuangan Syariah Kota Banda Aceh.

Perkenalkan nama saya Dellyana Harti Pratiwi mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan studi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman, literasi digital, kepercayaan dan keamanan terhadap penggunaan aplikasi keuangan syariah.

Peneliti mengharapkan kesediaan Gen Z Pengguna Aplikasi Keuangan Syariah agar sudi kiranya menjadi responden dalam penelitian ini. Anda dapat memberi tanda check list (✓) pada jawaban yang dianggap paling tepat. Data yang peneliti peroleh nantinya hanya akan peneliti gunakan untuk menyusun tugas akhir atau skripsi dan tidak akan dipublikasikan.

Atas partisipasi dan kesediaannya peneliti mengucapkan terima kasih

Petunjuk Pengisian

- a. Bacalah pernyataan satu persatu.
- b. Isilah pernyataan tersebut dengan jawaban yang sesuai dan isilah pernyataan pada identitas responden dengan cara memberikan tanda *check list* (✓) pada kolom jawaban Anda.
- c. Setiap pertanyaan pada kuesioner hanya ada satu pilihan jawaban, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

5= Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

- d. Jika ada pernyataan yang tidak dimengerti atau ragu, silahkan tanyakan langsung dengan yang menyebarkan kuisisioner.
- e. Setelah selesai menjawab, silahkan baca kembali apakah jawaban yang Anda berikan sudah sesuai atau belum.

A. Identitas Responden

1. Nama Lengkap :

(Boleh Kosong)

2. Jenis Kelamin : Laki-laki ☐ Perempuan ☐

3. Usia :

() 13 tahun

() 14-18 tahun

() 19-24 tahun

() 24-28 tahun

4. Aplikasi Keuangan Syariah Yang Pernah Anda Gunakan:
1. () Byond BSI Mobile
 2. () Action Bank Aceh Syariah Mobile
 3. () BTN
 4. () BCA
 5. () LinkAja
 6. () GoPay
 7. () OVO
 8. () DANA
 9. () Lainnya (sebutkan)
5. Mulai menggunakan aplikasi tersebut sejak tahun berapa.
....
6. Kecamatan:
1. Kecamatan Baiturrahman
 2. Kecamatan Kuta Alam
 3. Kecamatan Meuraxa
 4. Kecamatan Syiah Kuala
 5. Kecamatan Ulee Kareng
 6. Kecamatan Banda Raya
 7. Kecamatan Jaya Baru
 8. Kecamatan Lueng Bata
 9. Kecamatan Kuta Raja

B. Pengisian Kuesioner

Saudara/i dapat memberikan jawaban dengan tanda (√) pada kolom jawaban yang sesuai dengan pendapat anda. Setiap pernyataan hanya ada satu pilihan jawaban, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1. Pengalaman (X₁)

No.	Indikator	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Panca Indra (Pengalaman Sensorik dalam menggunakan Aplikasi Keuangan Syariah)	1. Tampilan visual aplikasi keuangan syariah menarik dan mudah dipahami. 2. Warna dan Desain aplikasi membuat saya nyaman saat menggunakannya. 3. Suara atau notifikasi dari aplikasi mengganggu saat saya bertransaksi.					
2.	Perasaan (Pengalaman Emosional dalam penggunaan Aplikasi)	1. Saya merasa puas dengan layanan dan fitur yang disediakan aplikasi. 2. Saya merasa bangga					

No.	Indikator	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		menggunakan aplikasi yang berbasis prinsip syariah 3. Saya yakin seluruh transaksi di aplikasi ini benar-benar sesuai dengan syariah.					
3.	Cara Berpikir (pengalaman Kognitif dan Rasional)	1. Aplikasi ini sudah cukup transparan dalam menampilkan detail transaksi. 2. Saya mempertimbangkan risiko dan manfaat sebelum memutuskan menggunakan Aplikasi ini. 3. Aplikasi ini membantu saya menjadi lebih teratur dalam mengatur keuangan.					
4.	Pengalaman dalam Hubungan (Sosial dan Interaksi Pengguna)	1. Saya mengetahui aplikasi ini dari teman, keluarga, atau komunitas muslim. 2. Saya sering berdiskusi dengan orang lain tentang manfaat aplikasi keuangan syariah.					

No.	Indikator	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		3. Saya merekomendasikan aplikasi ini kepada orang lain.					

2. Literasi Digital (X₂)

No.	Indikator	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kecakapan Digital	1. Saya mampu mengoperasikan aplikasi keuangan syariah tanpa bantuan orang lain. 2. Saya dapat melakukan transaksi digital dengan benar melalui aplikasi. 3. Saya memahami fungsi dan fitur utama dalam aplikasi.					
2.	Etika Digital Sehari-hari	1. Saya membagikan data pribadi kepada pihak tidak dikenal 2. Saya menghormati privasi pengguna lain saat menggunakan layanan digital. 3. Saya selalu membaca dan memahami syarat serta ketentuan sebelum					

No.	Indikator	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		menggunakan aplikasi					
3.	Keamanan Digital	1. Saya menggunakan kata sandi yang kuat untuk melindungi akun aplikasi. 2. Saya selalu memeriksa keaslian aplikasi sebelum menginstal. 3. Saya sering ceroboh terhadap pesan atau tautan mencurigakan terkait aplikasi keuangan.					
4.	Budaya Digital	1. Saya tidak aktif mengikuti perkembangan teknologi digital syariah. 2. Saya mendukung digitalisasi keuangan berbasis syariah. 3. Saya mengajak orang lain untuk menggunakan layanan digital syariah.					

3. Kepercayaan (X₃)

No.	Indikator	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Dapat diandalkan untuk berbelanja online	1. Aplikasi yang saya gunakan dapat diandaalkan untuk bertransaksi. 2. Saya percaya aplikasi ini mampu memproses transaksi tanpa kesalahan. 3. Saya jarang mengalami gangguan atau kesalahan teknis saat menggunakan aplikasi ini.					
2.	Memiliki reputasi yang baik	1. Aplikasi yang saya gunakan memiliki reputasi yang baik di kalangan pengguna. 2. Saya memilih aplikasi ini karena memiliki citra positif di Masyarakat. 3. Ulasan atau testimoni pengguna lain membuat saya yakin terhadap kualitas aplikasi ini.					
3.	Memberikan keamanan dalam bertransaksi	1. Aplikasi tidak menyediakan informasi yang jelas dan transparan.					

		2. Aplikasi ini memiliki system keamanan yang melindungi dari penyalahgunaan data. 3. Saya percaya aplikasi ini tidak akan membocorkan informasi pribadi saya.					
--	--	--	--	--	--	--	--

4. Keamanan (X₄)

No.		Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kerahasiaan/Privasi	1. Saya yakin data pribadi saya aman di aplikasi yang saya gunakan. 2. Saya merasa tenang data transaksi tidak disebarluaskan. 3. Aplikasi memiliki kebijakan privasi yang mudah dipahami.					
2.	Jaminan Keamanan	1. Setiap aplikasi memerlukan verifikasi untuk menjamin keamanan. 2. Saya tidak percaya system aplikasi mampu melindungi dana					

No.		Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		dari penyalahgunaan. 3. Aplikasi memiliki system keamanan yang andal terhadap risiko peretasan.					

5. Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)

No.		Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Pengenalan Kebutuhan	1. Saya menggunakan aplikasi keuangan syariah karena membutuhkan kemudahan dalam bertransaksi 2. Saya merasa aplikasi keuangan syariah membantu memenuhi kebutuhan keuangan sehari-hari 3. Saya menggunakan aplikasi untuk mendukung aktivitas yang lebih efisien dan halal.					
2.	Pencarian Informasi	1. Saya mendapatkan informasi tentang aplikasi dari social media, teman, atau keluarga. 2. Saya merasa informasi yang tersedia tentang					

No.		Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		aplikasi keuangan syariah tidak jelas. 3. Saya mencari informasi tentang pengalaman penggunaan orang setelah menggunakan aplikasi.					
3.	Evaluasi Alternatif Keputusan pembelian	1. Saya mempertimbangkan reputasi dan keandalan aplikasi sebelum menggunakannya. 2. Saya menilai keamanan transaksi sebagai faktor penting dalam memilih aplikasi keuangan. 3. Saya memperhatikan ulasan atau rekomendasi pengguna lain sebelum menggunakan aplikasi keuangan syariah.					
4.	Perilaku Pasca Pembelian	1. Saya berencana untuk terus menggunakan aplikasi keuangan syariah ini di masa mendatang. 2. Saya tidak bersedia merekomendasikan					

No.		Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		aplikasi keuangan syariah kepada orang lain. 3. Saya akan mencoba layanan lain yang ditawarkan oleh aplikasi keuangan syariah yang sama.					



Lampiran II

Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
Pengalaman (X1)	X1.1	0,858	0,100	0,000	Valid
	X1.2	0,856	0,100	0,000	Valid
	X1.3	0,847	0,100	0,000	Valid
	X1.4	0,835	0,100	0,000	Valid
	X1.5	0,855	0,100	0,000	Valid
	X1.6	0,847	0,100	0,000	Valid
	X1.7	0,855	0,100	0,000	Valid
	X1.8	0,845	0,100	0,000	Valid
	X1.9	0,866	0,100	0,000	Valid
	X1.10	0,878	0,100	0,000	Valid
	X1.11	0,853	0,100	0,000	Valid
	X1.12	0,867	0,100	0,000	Valid
Literasi Digital (X2)	X2.1	0,865	0,100	0,000	Valid
	X2.2	0,876	0,100	0,000	Valid
	X2.3	0,872	0,100	0,000	Valid
	X2.4	0,873	0,100	0,000	Valid
	X2.5	0,855	0,100	0,000	Valid
	X2.6	0,840	0,100	0,000	Valid
	X2.7	0,871	0,100	0,000	Valid
	X2.8	0,870	0,100	0,000	Valid
	X2.9	0,876	0,100	0,000	Valid
	X2.10	0,884	0,100	0,000	Valid
	X2.11	0,882	0,100	0,000	Valid
	X2.12	0,874	0,100	0,000	Valid
Kepercayaan (X3)	X3.1	0,871	0,100	0,000	Valid
	X3.2	0,871	0,100	0,000	Valid

	X3.3	0,876	0,100	0,000	Valid
	X3.4	0,843	0,100	0,000	Valid
	X3.5	0,877	0,100	0,000	Valid
	X3.6	0,893	0,100	0,000	Valid
	X3.7	0,856	0,100	0,000	Valid
	X3.8	0,881	0,100	0,000	Valid
	X3.9	0,882	0,100	0,000	Valid
Keamanan (X4)	X4.1	0,890	0,100	0,000	Valid
	X4.2	0,889	0,100	0,000	Valid
	X4.3	0,883	0,100	0,000	Valid
	X4.4	0,862	0,100	0,000	Valid
	X4.5	0,883	0,100	0,000	Valid
	X4.6	0,895	0,100	0,000	Valid
Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)	Y.1	0,833	0,100	0,000	Valid
	Y.2	0,865	0,100	0,000	Valid
	Y.3	0,849	0,100	0,000	Valid
	Y.4	0,824	0,100	0,000	Valid
	Y.5	0,832	0,100	0,000	Valid
	Y.6	0,814	0,100	0,000	Valid
	Y.7	0,844	0,100	0,000	Valid
	Y.8	0,867	0,100	0,000	Valid
	Y.9	0,845	0,100	0,000	Valid
	Y.10	0,826	0,100	0,000	Valid
	Y.11	0,863	0,100	0,000	Valid
	Y.12	0,833	0,100	0,000	Valid

2. Uji Reliabilitas

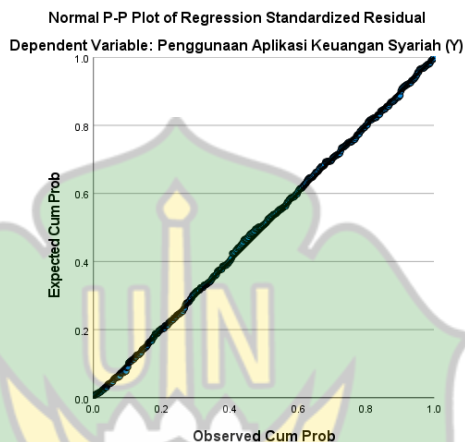
Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
Pengalaman (X1)	0,966	12	Sangat Reliabel
Literasi Digital (X2)	0,971	12	Sangat Reliabel
Kepercayaan (X3)	0,961	9	Sangat Reliabel
Keamanan (X4)	0,944	6	Sangat Reliabel
Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)	0,962	12	Sangat Reliabel

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.00193658
Most Extreme Differences	Absolute		.023
	Positive		.019
	Negative		-.023
Test Statistic			.023
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.912
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.905
		Upper Bound	.919
a. Test distribution is Normal.			

b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

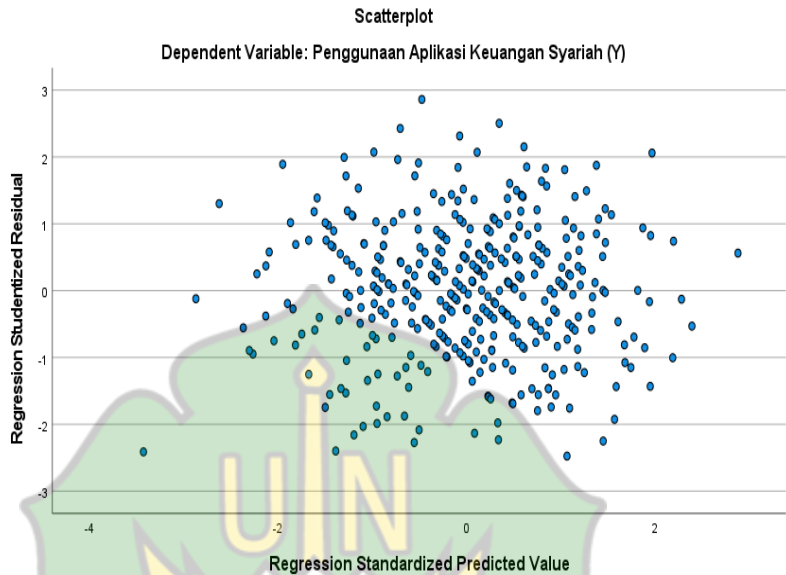


2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
		Unstandardized		Standardized		Collinearity Statistics		
		Coefficients		Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.128	1.597		-.707	.480		
	Pengalaman (X1)	.465	.032	.484	14.358	.000	.814	1.228
	Literasi Digital (X2)	.241	.028	.277	8.572	.000	.888	1.126
	Kepercayaan (X3)	.274	.038	.240	7.261	.000	.849	1.178
	Keamanan (X4)	.257	.054	.155	4.789	.000	.889	1.125

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)

3. Uji Heteroskedastisitas



Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			t	Tolerance
1	(Constant)	-1.128	1.597		-.707	.480		
	Pengalaman (X1)	.465	.032	.484	14.358	.000	.814	1.228
	Literasi Digital (X2)	.241	.028	.277	8.572	.000	.888	1.126
	Kepercayaan (X3)	.274	.038	.240	7.261	.000	.849	1.178
	Keamanan (X4)	.257	.054	.155	4.789	.000	.889	1.125

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)

Uji Hipotesis

1. Uji T

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.128	1.597		-.707	.480		
Pengalaman (X1)	.465	.032	.484	14.358	.000	.814	1.228
Literasi Digital (X2)	.241	.028	.277	8.572	.000	.888	1.126
Kepercayaan (X3)	.274	.038	.240	7.261	.000	.849	1.178
Keamanan (X4)	.257	.054	.155	4.789	.000	.889	1.125

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)

2. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11353.054	4	2838.264	175.369	.000 ^b
	Residual	6133.935	379	16.185		
	Total	17486.990	383			

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)

b. Predictors: (Constant), Keamanan (X4), Literasi Digital (X2), Kepercayaan (X3), Pengalaman (X1)

3. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.649	.646	4.02300
a. Predictors: (Constant), Keamanan (X4), Literasi Digital (X2), Kepercayaan (X3), Pengalaman (X1)				
b. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi Keuangan Syariah (Y)				



Lampiran III. Daftar Riwayat Hidup

Data Pribadi

Nama : Dellyana Harti Pratiwi
Tempat/Tanggal Lahir: Banda Aceh/19 Agustus 2003
Status : Belum Menikah
Alamat : Asrama PHB Lamprit, Kecamatan Kuta
Alam, Kabupaten Kota Banda Aceh,
Provinsi Aceh.
No Hp : 081260411945
Email : dellyanahartipratiwi19@gmail.com

Riwayat Pendidikan

SD/MI : Lulus Tahun 2015
SMP/MTs : Lulus Tahun 2018
SMA/MA : Lulus Tahun 2021
Perguruan Tinggi : Fakultas dan Bisnis Islam Universitas
Islam Negeri Ar- Raniry

Data Orang Tua

Nama Ayah : Azhar
Pekerjaan : TNI
Nama Ibu : Murti Delima
Pekerjaan : IRT
Alamat Orang Tua : Asrama PHB Lamprit, Kecamatan Kuta
Alam, Kabupaten Kota Banda Aceh,
Provinsi Aceh.

Data yang diberikan mengenai biodata penulis, dengan sebenar-benarnya untuk digunakan semestinya.

Saya,

Dellyana Harti Pratiwi