

PENGARUH PERILAKU KONSUMSI ISLAM DALAM PENGUNAAN DOMPET DIGITAL DENGAN MENERAPKAN MODEL UTAUT3

Kurnianingsih Handayani, Mursyid, Mukhtar

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia
Email: kurnianingsihhandayani@gmail.com

ABSTRAK

Kata kunci:

utaut3, perilaku
konsumsi islam,
dompet digital

Penelitian berfokus dalam menganalisis pengaruh perilaku konsumsi Islam terhadap penggunaan dompet digital dengan menerapkan Model UTAUT3. Hasil penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor seperti Social Influence dan Facilitating Conditions terbukti memiliki dampak yang signifikan pada niat perilaku, tetapi menariknya, Social Influence memiliki koefisien negatif. Sebaliknya, variabel lain seperti Performance Expectancy, Effort Expectancy, Habit, Hedonis Motivation, Price Value, dan Personal Innovativeness memiliki hubungan positif tetapi tidak signifikan terhadap niat menggunakan dompet digital. Behavioral Intention kemudian berpengaruh signifikan pada penggunaan sebenarnya. Namun, variabel seperti Facilitating Conditions, Habit, Personal Innovativeness, dan Islamic Consumption Behavior tidak berdampak signifikan pada Use Behavior, walaupun koefisien jalurnya tetap positif. Hasil ini memberi wawasan baru terkait faktor yang paling penting dalam mendorong penggunaan dompet digital dalam perilaku konsumen Islam.

Keywords:

utaut3, Islamic
consumption behavior,
digital wallet

The research focuses on analyzing the influence of Islamic consumption behavior on the use of digital wallets by applying the UTAUT3 Model. The results of this study identified factors such as "Social Influence and Facilitating Conditions" were shown to have a significant impact on behavioral intentions, but interestingly, Social Influence had a negative coefficient. In contrast, other variables such as "Performance Expectancy, Effort Expectancy, Habit, Hedonic Motivation, Price Value, and Personal Innovativeness" have a positive but insignificant relationship with the intention to use a digital wallet. Behavioral Intention then has a significant effect on actual usage. However, variables such as "Facilitating Conditions, Habit, Personal Innovativeness, and Islamic Consumption Behavior" have no significant impact on Use Behavior, although the path coefficient remains positive. These results provide new insights into the most important factors driving digital wallet usage in Islamic consumer behavior.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan yang signifikan dalam penggunaan internet di Indonesia tercermin dengan semakin meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan, seperti komunikasi, pekerjaan, dan akses informasi. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 6,78% dengan mencapai angka 210.026.769 orang pada periode 2021-2022 di mana dengan perbandingan sebelumnya pengguna tercatat sebanyak 196,7 juta orang. Data tersebut menunjukkan bahwa di setiap tahunnya penggunaan internet di Indonesia mengalami peningkatan sejalan akan kemajuan teknologi informasi yang terus berkembang (Indonesia, 2022). Seiring

dengan peningkatan penggunaan internet di Indonesia, hal ini juga berdampak dalam perkembangan sistem pembayaran saat ini.

Kemajuan teknologi yang pesat telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk mengubah cara orang berinteraksi dengan layanan, khususnya di bidang keuangan. Digitalisasi dalam keuangan telah membuat transaksi lebih cepat, aman, dan efisien. Sehingga menyebabkan perusahaan *financial technology* berkembang pesat di Indonesia (Romadona Putra et al., 2022).

Menurut definisi dari "National Digital Research Center (NDRC)," teknologi finansial merupakan kata yang digunakan untuk menggambarkan inovasi dalam layanan keuangan yang memadukan elemen "financial" dan "technology". Istilah ini merujuk pada kemajuan modern dalam sektor finansial dengan menggunakan teknologi terkini (Wicaksono & Krisnadi, 2017). Pertumbuhan fintech di Indonesia selama tahun 2016 dan 2017 menandai awal transformasi digital dalam sektor keuangan di negara ini.

Seiring dengan kemajuan teknologi saat ini, perekonomian pun juga ikut semakin berkembang salah satunya dalam sistem pembayaran. Saat ini sistem pembayaran tidak hanya dilakukan secara tunai saja, melainkan juga dilakukan dengan non tunai. Semakin banyaknya masyarakat yang beralih ke pembayaran non-tunai menunjukkan perubahan signifikan dalam cara orang bertransaksi. Penggunaan kartu debit dan kredit, membantu konsumen dapat melakukan pembelian dengan lebih cepat dan aman, tanpa perlu membawa uang tunai. Selain itu, uang elektronik dan aplikasi pembayaran berbasis smartphone juga memberikan kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh bank dan perusahaan (Maulana & Cahyadi, 2022). Dengan adanya sistem pembayaran yang baru dalam pembayaran ini diyakini dapat memudahkan dalam bertransaksi, menghemat waktu, dan juga efisien.

Salah satu kemajuan teknologi yang berkembang saat ini yaitu dompet digital. Dompet digital merupakan layanan elektronik yang berfungsi sebagai alat untuk menyimpan uang secara virtual dan memudahkan penggunaannya dalam melakukan berbagai transaksi online. Fitur-fitur keamanan yang disediakan, seperti PIN dan verifikasi ganda, bertujuan untuk melindungi data pengguna dan mencegah akses tidak sah (Wicaksono & Krisnadi, 2017).

Penelitian dari InsightAsia berjudul "Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook" menyoroti perubahan preferensi masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan, dengan dompet digital kini menjadi pilihan utama dibandingkan metode tradisional seperti uang tunai dan transfer bank. Dengan 74% responden yang aktif menggunakan layanan dompet digital di kehidupan sehari-hari.

Penggunaan dompet digital kini melampaui metode pembayaran lain, seperti uang tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), Paylater (18%), kartu debit (17%), dan transfer VA (16%). Penelitian melibatkan responden dari berbagai kota besar di Indonesia seperti Jabodetabek, Bandung, Medan, Makassar, Semarang, Palembang, dan Pekanbaru dengan jumlah 1.300 responden yang dilakukan dari 19 September hingga 30 September 2022. Hasil riset menunjukkan bahwa pada tahun 2022, popularitas GoPay sebagai platform utama menunjukkan dominasi dalam pasar dompet digital, sementara OVO di posisi kedua dengan 70% responden pernah menggunakan dan 53% menggunakan dalam tiga bulan terakhir (Wulandari, 2023).

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumsi Islam dilakukan oleh Meyta Amelia Rusbianti dan Clarashinta Canggih (Rusbianti & Canggih, 2023). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa faktor kepercayaan menjadi elemen kunci yang mempengaruhi adopsi e-wallet, terutama dalam konsumsi Islami. Meskipun aspek-aspek lain seperti kenyamanan, manfaat yang ditawarkan, potensi risiko, dan keamanan juga penting dalam teknologi keuangan digital, faktor tersebut tidak secara langsung mempengaruhi keputusan pengguna dalam hal konsumsi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Sedangkan penelitian Nada Diva Rizki Rembulan dan Egi Arvian Firmansyah (Diva et al., 2020), Hasil penelitian ini menyoroti bahwa kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, kondisi fasilitas, kepercayaan, pengaruh sosial, dan kesesuaian gaya hidup semuanya secara langsung berdampak pada bagaimana seseorang menggunakan dompet digital. Selain itu, keamanan juga menjadi faktor penting, namun dampaknya pada perilaku penggunaan dimediasi melalui tingkat kepercayaan.

Temuan lain dari Dila Oktafani dan Kristina Sisilia Dila Oktafani and Kristina Sisilia, "Analisis Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology2 (UTAUT2) Pada Adopsi Penggunaan Dompet Digital Ovo Dayeuh Kolot Bandung (Studi Kasus Pada Generasi Z Sebagai Pengguna OVO)," Jurnal Menara Ekonomi VI, no. 1 (2020): 24–36., analisis penelitian mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi, khususnya dompet digital. Pengaruh sosial, kondisi yang mendukung, motivasi hedonis, dan nilai harga terbukti berperan penting dalam mendorong niat pengguna. Namun, harapan kinerja, kemudahan penggunaan, dan kebiasaan tidak signifikan dalam menentukan niat pengguna. Sementara itu, faktor-faktor seperti kondisi fasilitas, kebiasaan, dan niat perilaku secara langsung memengaruhi perilaku aktual penggunaan, menunjukkan bahwa faktor-faktor ini berperan penting dalam mendorong penggunaan nyata teknologi tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Watmah, Siti Fauziah, dan Nuraeni Herlinawati (Watmah et al., 2020), mengungkapkan bahwa sejumlah faktor, termasuk persepsi mengenai manfaat, pengaruh sosial, dan

inovasi teknologi, kepuasan pengguna, serta rekomendasi dari pengguna lain berperan penting dalam mendorong seseorang untuk menggunakan dompet digital. Selain itu, banyak penelitian terdahulu yang masih mengandalkan model penerimaan teknologi seperti UTAUT dan UTAUT-2 untuk menganalisis perilaku penggunaan dompet digital, dengan fokus pada faktor-faktor utama yang memengaruhi adopsi layanan tersebut.

Terdapat kebutuhan mengenai pentingnya literasi keuangan di kalangan milenial, yang tidak hanya mencakup pengetahuan tentang keuangan, tetapi juga kemampuan untuk menerapkan pengetahuan tersebut dalam mengelola keuangan, seperti berinvestasi. Hasil riset OJK menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan masih relatif rendah di kalangan milenial berusia 18-25 tahun sebesar 32,1%, sementara kelompok usia 25-35 tahun sebesar 33,5%. Meski demikian, menurut "Survei Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) OJK tahun 2019," indeks literasi keuangan secara umum mengalami peningkatan menjadi 38%, dan indeks inklusi keuangan mencapai 76,19%. Peningkatan pada indeks literasi dan inklusi keuangan di Indonesia memperlihatkan bahwa kesadaran akan pentingnya literasi keuangan terus berkembang, meskipun kesenjangan antara literasi dan akses ke layanan keuangan masih cukup besar.

Saat ini, generasi milenial menyumbang 24% dari total populasi Indonesia, atau sekitar 64 juta orang. Namun, banyak dari mereka masih menghadapi kerentanan finansial, hal ini tercermin dari kurangnya persiapan dan kemampuan mereka dalam mengelola keuangan. Misalnya, hanya 10,7% dari pendapatan milenial yang dialokasikan untuk tabungan. Selain itu, hanya 35,1% milenial yang memiliki rumah sendiri, sementara 51,1% dari pendapatan mereka habis untuk kebutuhan sehari-hari.

Dalam situasi pengelolaan keuangan tersebut, terlihat bahwa adanya perubahan gaya hidup milenial yang menyebabkan tingkat literasi keuangan yang melemah. Masyarakat milenial yang terbiasa dengan pengoperasian keuangan digital mulai sulit menghentikan kebiasaan-kebiasaannya tersebut. Promosi *e-commerce* yang menggiurkan dan beragam promosi yang ditawarkan oleh fintech dan layanan dompet digital membuat para milenial tersebut dengan perilaku hedonis nya tetap berbelanja, terlebih dengan adanya sarana layanan dompet digital yang memudahkan bertransaksi, yaitu melalui aplikasi mobile banking yang telah terpasang pada *smartphone*.

Kemudahan dan manfaat yang dirasakan pada saat menggunakan layanan pembayaran secara digital menggunakan dompet digital ini berdampak kepada siapapun yang menggunakannya, termasuk para mahasiswa yang lebih paham akan adanya teknologi yang dapat memudahkan dalam setiap kegiatan transaksi. Pelaksanaan penelitian ini kemudian melibatkan mahasiswa yang menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam atau biasa disebut PTKI.

PTKI sendiri merupakan sebuah perguruan tinggi yang dipelopori oleh umat Islam dan keberadaannya didukung oleh keinginan untuk mewujudkan nilai-nilai keislaman. Persoalan penting terkait dengan adanya perguruan tinggi ini ialah bagaimana perguruan tinggi ini memosisikan dan menyesuaikan dirinya dalam setiap perubahan serta serta kendala yang mungkin datang saat ini dan di masa mendatang. Perubahan kini terjadi secara global, ekonomi, konflik peradaban, lajunya perkembangan teknologi dan tantangan yang dihadapi sehubungan dengan terjadinya krisis nilai spiritual, akidah dan akhlak. Maka dari itu, perguruan tinggi Islam hadir menawarkan solusi untuk pemecahan persoalan-persoalan kehidupan, salah satunya dalam kegiatan berkonsumsi yang dimana konsumsi dalam Islam juga diajarkan kepada mahasiswa yang seharusnya bisa diaplikasikan dalam aktivitas sehari-hari.

Namun karena adanya teknologi telah memudahkan ini dikhawatirkan akan menimbulkan perilaku yang konsumtif dikalangan mahasiswa dimana mereka akan berperilaku berlebih-lebihan, lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan mereka sendiri dan tidak dapat mengelola keuangan dengan baik.

Dalam Ekonomi Mikro Islam, menekankan ajaran Islam dalam perilaku konsumsi yang mengutamakan kesederhanaan dan keseimbangan. Hal ini tercermin dari larangan terhadap perilaku berlebihan dan penekanan pada konsumsi yang halal dan baik. Mengutip "(QS. Al-A'raf: 31), Allah SWT melarang sesuatu yang berlebihan karena Islam mengutamakan keseimbangan dan kesederhanaan." Oleh karena itu, dalam tindakan konsumsi, Islam menetapkan batasan tertentu yang harus diperhatikan, seperti memastikan bahwa barang atau makanan yang dikonsumsi adalah halal (legal menurut syariah), *thayyib* (baik secara moral dan kesehatan), serta memastikan bahwa apa yang dikonsumsi tidak hanya layak secara fisik, tetapi juga bersih dan tidak menjijikkan (Rusbianti & Cangih, 2023).

Penelitian ini akan difokuskan guna menguji pengaruh penggunaan dompet digital dikalangan mahasiswa menggunakan model penerimaan teknologi dengan delapan variabel yang sudah ditetapkan dalam model UTAUT-3. "UTAUT3 atau (*Unified Theory of Acceptance and Use of The Technology*)" atau Teori Terpadu Penerimaan dan penggunaan Teknologi ini merupakan model adopsi teknologi yang telah mengalami perubahan dalam *core determinants* nya dan telah disempurnakan oleh penelitian yang dilakukan oleh Farooq dari beberapa penelitian terdahulu, diantaranya yaitu TAM, UTAUT, dan UTAUT2. Alasan digunakannya model UTAUT-3 dalam penelitian ini adalah karena adanya penambahan variabel Inovasi individu dalam penerimaan teknologi adalah faktor penting dalam menentukan sejauh mana seseorang menerima dan menggunakan teknologi. Inovasi individu berperan signifikan dalam mempengaruhi adopsi teknologi baru.

Keberadaan inovasi ini memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan seseorang untuk mengadopsi teknologi terkini.

Selanjutnya dalam penelitian ini akan ditambahkan juga Perilaku Konsumsi Islam sebagai variabel tambahan dari delapan penentu penerimaan teknologi diatas. Penambahan variabel tersebut bertujuan untuk melihat pengaruh Perilaku Konsumsi Islam dalam menggunakan dompet digital dikalangan mahasiswa apakah mereka sudah menerapkan perilaku konsumsi Islam dalam kehidupan sehari-hari. Karena dengan adanya kemudahan dan manfaat dari teknologi seperti dompet digital ini akan menimbulkan sikap berlebihan serta memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan yang tidak tepat dengan prinsip konsumsi dalam Islam.

Berdasarkan latar belakang tersebut, berupaya membedakan studi dengan penelitian sebelumnya melalui penerapan model penerimaan teknologi UTAUT-3 dan menambahkan faktor perilaku konsumsi Islam.

Rumusan Masalah

Didasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh “*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Habit, Hedonic Motivation, Price Value, dan Personal Innovativeness*” terhadap “*Behavioral Intention*” dalam penggunaan dompet digital oleh mahasiswa PTKI di Kalimantan Timur?
2. Bagaimana pengaruh “*Facilitating Conditions, Habit, Personal Innovativeness, Behavioral Intention, dan Islamic Consumption Behavior*” terhadap “*Use Behavior*” dalam penggunaan dompet digital oleh mahasiswa PTKI di Kalimantan Timur?

Tujuan Penelitian

Setiap penelitian tentu memiliki beberapa tujuan. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Guna mengetahui seberapa besar pengaruh “*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Habit, Hedonic Motivation, Price Value, dan Personal Innovativeness*” terhadap “*Behavioral Intention*” dalam penggunaan dompet digital oleh mahasiswa PTKI di Kalimantan Timur.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh “*Facilitating Conditions, Habit, Personal Innovativeness, Behavioral Intention, dan Islamic Consumption Behavior*” terhadap “*Use Behavior*” dalam penggunaan dompet digital oleh mahasiswa PTKI di Kalimantan Timur.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan kuantitatif akan digunakan dalam penelitian untuk mempermudah analisis dan pengambilan keputusan. Metode ini melibatkan pengumpulan data melalui pertanyaan yang dirancang khusus untuk mencapai tujuan penelitian. Dengan menggunakan metode kuantitatif, peneliti dapat menghasilkan data yang terukur dan objektif, sehingga memberikan wawasan yang lebih jelas dan dapat diandalkan dalam menanggapi masalah yang diteliti (Teguh, 2014). Penelitian difokuskan guna menguji pengaruh variabel yang terdapat dalam model UTAUT-3 terhadap penggunaan dompet digital. Adapun variabel yang digunakan adalah Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Memfasilitasi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, Kebiasaan, Inovasi personal. Peneliti juga menambahkan variabel Perilaku Konsumsi Islam untuk melihat sejauh mana mahasiswa mengaplikasikan ilmunya dalam menggunakan dompet digital.

Tempat dan Waktu Penelitian

Riset dilaksanakan dengan cara mendistribusikan kuesioner yang telah disusun menggunakan Google Form dan disebar melalui perwakilan setiap PTKI yang ada di Kalimantan Timur. Untuk waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan dimulai dari disebar kuesioner yaitu 1 Juni sampai dengan 31 Juni 2024.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa yang aktif Perguruan Tinggi Keagamaan Islam di Kalimantan Timur yang menggunakan layanan dompet digital dalam kegiatan bertransaksi. Adapun daftar lembaga pendidikan tinggi yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

1. Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda
2. STAI Sangatta Kutai Timur
3. STAI Balikpapan
4. STIT Balikpapan
5. Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Hidayatullah Balikpapan
6. STAI Samarinda

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non-probability Sampling dengan metode Purposive Sampling. Metode ini dipilih karena membantu peneliti untuk memilih responden berdasarkan karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, peneliti fokus pada mahasiswa PTKI yang aktif menggunakan dompet digital, sehingga data yang diperoleh lebih relevan dan spesifik untuk analisis penggunaan dompet digital dalam konteks pendidikan Islam.

Dalam penelitian yang menggunakan PLS-SEM, jumlah sampel minimum sebagai sepuluh kali lipat dari jalur struktural terbesar (Joe et al., 2017). Dalam penelitian yang dilakukan terdapat 9 jumlah alur

struktural terbesar, sehingga jumlah minimum sampel yang diperlukan adalah $10 \times 9 = 90$. Menurut hasil tersebut didapat sampel minimum adalah 90. Jumlah data yang dikumpulkan mulai dari tanggal 1 Juni 2024 – 31 Juni 2024 ada sebanyak 106 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses vital dalam penelitian karena data tersebut menjadi dasar analisis dan kesimpulan. Menggunakan kuesioner, peneliti dapat secara sistematis mengumpulkan informasi dari responden, menghasilkan analisis terstruktur dan mendalam terkait topik yang diteliti. Kuesioner ini juga membantu peneliti menjangkau responden dengan efisien, mengumpulkan data yang relevan dan langsung dari sumbernya.

Saat penyebaran kuisisioner terlebih dahulu harus ditentukan respondennya berdasarkan teknik sampling. Selanjutnya peneliti dapat mendatangi sendiri responden atau dengan cara online yaitu membuat link yang dapat diakses melalui internet yang berisikan pertanyaan-pertanyaan seputar penelitian ini. Kuesioner dibagikan kepada setiap Perguruan Tinggi Keagamaan Islam yang ada di Kalimantan Timur melalui Google form. Skala pengukuran menggunakan skala likert. Skala Likert merupakan metode yang sering digunakan dalam survei untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan tertentu.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kuantitatif bersifat deskriptif bertujuan untuk mengorganisasi dan menganalisis data numerik. Hal ini dilakukan agar dapat memberikan gambaran yang terstruktur, ringkas, dan jelas tentang suatu fenomena atau peristiwa, sehingga membantu penarikan kesimpulan atau makna tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik analisis menggunakan "Partial Least Square – Structural Equation Model (PLS-SEM)." Proses analisis data yang menggunakan PLS-SEM terdiri dari dua bagian utama yaitu Model Pengukuran dan Model Struktural.

1. Model Pengukuran (*outer model*)

Pengujian model luar (*outer model*) bertujuan untuk memahami hubungan antara variabel laten. Pada tahap ini, dilakukan evaluasi terhadap reliabilitas dan validitas dari variabel dan indikator yang digunakan. Uji validitas mencakup dua jenis yaitu "Validitas Konvergen dan Validitas Diskriminan." Di samping itu, uji reliabilitas dilakukan dengan mengukur nilai "*composite reliability* dan *Cronbach's alpha*" untuk memastikan konsistensi internal dari variabel-variabel yang diteliti.

2. Model Struktural (*inner model*)

Ketika melakukan pengujian pada model struktural (*inner model*), terdapat beberapa langkah yang perlu dilaksanakan sebagai berikut:

- a) Uji R-square (R^2) berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel independen dan dependen, yang membantu peneliti untuk mengevaluasi keefektifan model prediksi. Hasil yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model yang diajukan mampu memprediksi variabel dependen dengan lebih baik.
- b) Uji hipotesis digunakan peneliti untuk menarik kesimpulan berdasarkan data yang dianalisis, menggunakan koefisien jalur menunjukkan kekuatan dan arah hubungan antar variabel serta T-statistics untuk menguji signifikansi statistik dari hubungan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Perguruan tinggi Islam memiliki fungsi sebagai pusat studi dan penelitian ilmu pengetahuan secara umum dengan keutamaan pada aspek keagamaan. Pertumbuhan ini didorong oleh komitmen para pemimpin dan tokoh masyarakat untuk meningkatkan kualitas pendidikan Islam, guna mencetak generasi mendatang mendapatkan pengetahuan yang memadai untuk berkontribusi pada masyarakat. Selain itu, inisiatif ini bertujuan untuk memperkuat identitas dan nilai-nilai Islam dalam pendidikan tinggi, berperan penting dalam memajukan pendidikan dan menanggulangi ketertinggalan di sektor ini (Haidar, 2004).

Seiring dengan perkembangan waktu, muncul berbagai tokoh pembaharu pendidikan Islam di Indonesia yang berkeinginan untuk mendirikan perguruan tinggi Islam. Ada dua faktor utama yang menjadi latar belakang berdirinya perguruan tinggi Islam di Indonesia, yaitu faktor berasal dari dalam dan faktor dari luar.

Faktor internal yang mendorong munculnya perguruan tinggi Islam adalah keberadaan berbagai perguruan tinggi umum di Indonesia, seperti Sekolah Tinggi Teknik yang didirikan di Bandung pada tahun 1920, Sekolah Tinggi Hukum di Jakarta pada tahun yang sama, dan Sekolah Tinggi Kedokteran di Jakarta yang berdiri pada tahun 1927. Sementara itu, faktor eksternal terdiri dari respons masyarakat yang semakin mendambakan pendidikan yang dapat mendukung kehidupan beragama mereka, di samping pengaruh positif dari pemikir-pemikir Islam yang membawa ide-ide baru dan pembaruan dalam pendidikan (Rahiem & Mochtar, 2001).

Pendidikan Tinggi Islam di Indonesia, diawali dengan pendirian STI pada tahun 1945, tepat menjelang kemerdekaan Indonesia. Sejak saat itu, terjadi dinamika dan perkembangan signifikan dalam Pendidikan

Tinggi Islam. STI kemudian bertransformasi menjadi Universitas Islam Indonesia (UII). Selanjutnya, perubahan status fakultas agama menjadi PTAIN menunjukkan adanya pengakuan dan dukungan pemerintah terhadap pendidikan Islam. Munculnya IAIN dan STAIN serta pendidikan tinggi Islam swasta menggambarkan pertumbuhan dan diversifikasi yang signifikan dalam sektor pendidikan tinggi Islam di Indonesia, menciptakan berbagai pilihan bagi masyarakat dalam mengejar pendidikan yang berbasis agama (Pulungan et al., 2023).

Menurut laporan “*Educational Management Information System (EMIS)*” semester genap tahun ajaran 2023/2024, terdapat sekitar 906 Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI) yang tersebar di seluruh Indonesia. PTKI sendiri lalu dibagi menjadi dua yaitu negeri dan swasta. Untuk jumlah PTKI Negeri sebanyak 59 lembaga dan untuk PTKI Swasta sebanyak 847 lembaga. (Emis, 2024) Kalimantan Timur sendiri juga memiliki PTKI kurang lebih sebanyak 11 PTKI Negeri dan Swasta.

Deskripsi Responden

Pengumpulan data responden dilakukan secara daring melalui Google Form dari tanggal 1 hingga 30 Juni 2024, dan berhasil mengumpulkan 106 tanggapan kuesioner. Selanjutnya, peneliti akan menyajikan deskripsi responden dengan memberikan penjelasan tentang identitas responden secara rinci sebagai berikut:

1. Deskripsi Responden berdasarkan Gender

Responden dikategorikan berdasarkan gender, berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner, dapat dijelaskan sebagai berikut. :

Tabel 1. Jumlah Responden Berdasarkan Gender

Jenis Kelamin	Jumlah	%
Laki-laki	48	45
Perempuan	58	55
Total	106	100

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel yang disajikan, dari total 106 responden, terdapat 48 responden (45,2%) yang berjenis kelamin laki-laki dan 58 responden (54,8%) yang berjenis kelamin perempuan. Data tersebut menunjukkan bahwa di antara mahasiswa dan mahasiswi PTKI di Kalimantan Timur yang aktif menggunakan dompet digital, mayoritas adalah perempuan. Penjelasan memberikan temuan lebih lanjut mengenai kecenderungan perempuan dalam berbelanja, yang bisa menjadi faktor penyebab utama mengapa mereka lebih aktif dalam melakukan transaksi digital.

2. Deskripsi Responden berdasarkan PTKI

Responden berdasarkan PTKI yang diperoleh dari kuesioner disajikan dalam analisis berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan PTKI

Perguruan Tinggi	Jumlah	%
UINSI Samarinda	36	34
STAI Samarinda	8	7
STIS Hidayatullah Balikpapan	19	18
STAI Balikpapan	20	19
STIT Balikpapan	6	6
STAI Sangatta Kutai Timur	17	16
Total	106	100

Sumber: Olahan dari data primer, 2024

Menurut data diatas memperlihatkan jika 106 individu yang telah melakukan pengisian kuesioner lebih banyak oleh Perguruan Tinggi UINSI Samarinda sebanyak 36 orang atau 33,9%, 8 orang atau 7,5% di STAI Samarinda, 19 orang atau 17,9% di STIS Hidayatullah Balikpapan, 20 orang atau 18,8% di STAI Balikpapan, 6 orang atau 5,6% di STIT Balikpapan, dan 17 orang atau 16,3% di STAI Sangatta Kutai Timur.

3. Deskripsi Responden berdasarkan Merk Dompet Digital

Responden berdasarkan PTKI yang diperoleh dari kuesioner disajikan dalam analisis berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Dompot Digital

Merk Dompot Digital	Jumlah	%
OVO	22	21
GoPay	33	31
Dana	35	33
LinkAja	16	15
Total	106	100

Sumber: Olahan dari data primer, 2024

Menurut analisis diatas menghasilkan temuan yaitu dari 106 responden yang terlibat dalam pengisian kuesioner lebih banyak Dompot Digital merk Dana sebanyak 35 orang atau 33,1%, merk GoPay sebanyak 33 orang atau 31,1%, merk OVO sebanyak 22 orang atau 20,7%, dan merk LinkAja sebanyak 16 orang atau 15,1%.

4. Deskripsi Responden berdasarkan Intensitas Penggunaan

Responden berdasarkan PTKI yang diperoleh dari kuesioner dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4. Karakteristik Responden yang Didasarkan pada Penggunaan

Intensitas Penggunaan	Jumlah	%
1-5 Kali	49	46
6-10 kali	45	42
>10 kali	12	11
Total	106	100

Sumber: Olahan dari data primer, 2024

Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa mayoritas responden (46,2%) menggunakan dompet digital dengan frekuensi rendah (1-5 kali seminggu), diikuti oleh mereka yang menggunakan lebih sering (6-10 kali) dan sedikit yang menggunakan sangat sering (lebih dari 10 kali). Hal ini mencerminkan variasi dalam kebiasaan transaksi digital di antara responden, di mana sebagian besar pengguna melakukan transaksi dalam frekuensi yang lebih rendah.

5. Deskripsi Responden berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan

Responden berdasarkan PTKI yang diperoleh dari kuesioner dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Periode Penggunaan

Jangka Waktu Penggunaan	Jumlah	%
1-2 tahun	20	19
2-4 tahun	63	59
>5 tahun	23	22
Total	106	100

Sumber: Olahan dari data primer, 2024

Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa mayoritas responden (59,4%) telah menggunakan dompet digital dalam jangka waktu yang relatif singkat (1-2 tahun), sementara proporsi yang lebih kecil telah menggunakan dalam rentang waktu yang lebih lama (2-4 tahun dan lebih dari 5 tahun). Analisis menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital di antara responden masih dalam tahap perkembangan, dengan banyak yang baru mulai beradaptasi dengan teknologi tersebut.

6. Deskripsi Responden berdasarkan Objek Belanja

Responden berdasarkan PTKI yang diperoleh dari kuesioner dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 6. Karakteristik Responden Terkait Barang yang Dibeli

Objek Belanja	Jumlah	%
Makanan / Minuman	49	46
Pakaian	7	7
Tagihan Listrik/Air/Pulsa/Paket data	38	36

Skincare	5	5
Alat Elektronik	7	7
Total	106	100

Sumber: Olahan dari data primer, 2024

Dari data tersebut, terlihat bahwa dari 106 responden, sebanyak 49 orang atau 46,2% penggunaan dompet digital digunakan mayoritas untuk pembelian makanan, 38 orang atau 35,8% penggunaan dompet digital digunakan untuk pembayaran Tagihan Listrik/Air/Pulsa/Paket data, 7 orang atau 6,6% penggunaan dompet digital digunakan untuk pembelian pakaian, 7 orang atau 6,6% penggunaan dompet digital digunakan untuk pembelian alat elektronik, dan 5 orang atau 4,8% penggunaan dompet digital digunakan untuk pembelian skincare.

Analisis Pembahasan

A. Analisis Data

1. Evaluasi Model Pengukuran Reflektif

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan guna mengukur efektivitas instrumen dalam penilaian sebuah variabel.

Validitas Konvergen

Validitas konvergen bertujuan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Pertama, analisis dilakukan dengan memeriksa *Loading Factor*, yang menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai yang memadai (di atas 0,7), menandakan keabsahannya. Selain itu, pengujian dengan "*Average Variance Extracted (AVE)*" juga menunjukkan hasil yang valid karena nilainya lebih dari 0,5. Maka, dengan kedua pengujian tersebut, peneliti dapat menyebutkan jika instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki validitas yang kuat.

1) Validitas Diskriminan

Validitas Berpegang pada prinsip pentingnya validitas diskriminan dalam penelitian, yang menunjukkan bahwa pengukuran berbagai konstruk seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Proses ini melibatkan analisis menggunakan metode Fornell-Larcker untuk mengidentifikasi seberapa besar hubungan antar variabel.

Diketahui bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini telah menunjukkan validitas diskriminan, karena nilai korelasi untuk masing-masing variabel melebihi nilai korelasi antar variabel lainnya. Selain itu, analisis Cross Loading mengonfirmasi bahwa semua indikator memiliki korelasi yang kuat dengan variabel yang relevan, yaitu lebih dari 0,7. Hasil ini menunjukkan bahwa semua variabel dan indikator dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas diskriminan, yang penting untuk menjamin bahwa pengukuran yang dilakukan akurat dan tidak saling tumpang tindih.

b. Uji Reliabilitas

Setelah pengujian validitas, terdapat juga pengujian reliabilitas yang bertujuan untuk menilai konsistensi alat ukur, pendekatan yang digunakan yaitu:

1) Cronbach's Alpha

Penggunaan Cronbach's Alpha sebagai metode untuk mengukur reliabilitas alat ukur dalam penelitian. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai di atas 0,7, yang merupakan batas minimum yang ditetapkan untuk menyatakan bahwa alat ukur tersebut konsisten dan dapat diandalkan.

2) Composite Reliability

Penggunaan Composite Reliability sebagai metode untuk mengukur reliabilitas konstruk dalam penelitian. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai di atas 0,7, yang menunjukkan bahwa alat ukur tersebut dapat diandalkan. Karena kedua pengujian reliabilitas menunjukkan hasil yang memadai, penelitian ini dianggap siap untuk melanjutkan ke pengujian inner model, yang merupakan langkah berikutnya dalam analisis.

B. Evaluasi Model Struktural

Selanjutnya pengujian evaluasi model pengukuran reflektif, dilakukan peneliti dengan evaluasi model struktural terdiri dari uji multikolinier, uji R square, dan uji signifikansi atau hipotesis.

1. Uji Multikolinier

Langkah pertama dalam mengevaluasi model struktural adalah melakukan uji multikolinieritas. Uji ini memastikan bahwa variabel independen dalam model tidak saling berkorelasi secara tinggi. Dengan menggunakan nilai inner VIF, dapat terlihat seberapa besar varians koefisien yang meningkat akibat multikolinieritas. Nilai VIF yang rendah (di bawah 5) mengindikasikan bahwa variabel-variabel independen tidak memiliki korelasi yang kuat, sehingga model lebih stabil dan hasil analisis lebih dapat diandalkan.

Tabel 7. Nilai Inner Vif

Variabel	BI	UB
PE	2.191	
EE	2.758	
SE	1.347	
FC	2.301	2.226
HB	2.962	1.961
HV	2.442	
PV	1.559	
PI	1.729	1.644
ICB	1.673	1.553
BI		1.726

Sumber: Olahan dari data primer, 2024

Dari hasil analisis tersebut, didapatkan nilai inner VIF yang kurang dari 5 menandakan bahwa variabel-variabel independen dalam model tidak memiliki korelasi tinggi satu sama lain, sehingga multikolinieritas tidak menjadi masalah.

2. Uji R square

Uji R square dilakukan untuk mengetahui tingkat variasi perubahan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Uji R-square ini dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana variasi dalam variabel eksogen dapat menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel endogen. Hasil uji ini penting untuk menilai efektivitas model dalam memprediksi perilaku atau fenomena yang diteliti.

TABEL 8. UJI R-SQUARE

Variabel	Hasil	%
BI	0,512	51,2%
UB	0,418	41,8%

Sumber: Olahan dari data primer, 2024

Uji R-square memberikan gambaran tentang seberapa besar proporsi variasi dalam variabel dependen (Y1 dan Y2) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Nilai 51,2% untuk Behavioral Intention menunjukkan bahwa lebih dari setengah variasi dalam niat berperilaku dapat diprediksi dengan variabel eksogen yang diteliti yaitu "*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Habit, Hedonic Motivation, Price Value, Personal Innovativeness, dan Islamic Consumption Behavior.*" Demikian juga, nilai 41,8% untuk Use Behaviour mengindikasikan bahwa hampir setengah variasi dalam perilaku penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel seperti "*Facilitating Conditions, Habit, Personal Innovativeness, Behavioral Intention, dan Islamic Consumption Behavior.*" Adapun sisa variasi yang tidak dijelaskan mencerminkan faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh tetapi tidak termasuk dalam model penelitian ini.

3. Uji Hipotesis

Tahapan yang kedua atau bisa disebut langkah inti dalam pengujian ini adalah uji hipotesis. Pengujian dilakukan untuk menguji hasil *Coefficient Path* dan *T-Statistic*. *Coefficient Path* menggambarkan seberapa kuat dan dalam arah mana variabel-variabel tersebut saling memengaruhi. Nilai positif menunjukkan hubungan yang sejalan, sementara nilai negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan. Di sisi lain, *T-statistic* berfungsi untuk menentukan signifikansi statistik dari hubungan tersebut. Nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,64 menunjukkan bahwa hubungan tersebut signifikan dan hipotesis yang diusulkan bisa diterima, sedangkan nilai yang lebih rendah menunjukkan bahwa hubungan tidak cukup kuat untuk mendukung hipotesis tersebut.

a. Pembahasan Hipotesis ke-1

Pembahasan pertama diambil dari nilai *Path Coefficient* untuk melihat pengaruh dari variabel Harapan Kinerja (*Performance Expentacy*), Harapan Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Kebiasaan (*Habit*), Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), dan Inovasi Pribadi dalam TI (*Personal Innovativeness in IT*) terhadap Niat Berperilaku (*Behavioral Intention*) dalam menggunakan layanan Dompnet digital.

Tabel 9. Hasil Pengujian Hipotesis

	<i>Path Coefficient</i>	<i>T-statistics</i>	<i>p-values</i>
X1 -> Y1	0.018	0.195	0.845
X2 -> Y1	0.018	0.143	0.886
X3 -> Y1	-0.147	1.661	0.097
X4 -> Y1	0.249	2.091	0.037
X5 -> Y1	0.172	1.575	0.116
X6 -> Y1	0.09	0.655	0.513
X7 -> Y1	0.139	1.315	0.189
X8 -> Y1	0.142	1.381	0.168

Sumber: Olahan dari data primer, 2024

Hasil temuan analisis menunjukkan hanya Social Influence dan Facilitating Conditions yang menunjukkan pengaruh signifikan, yang berarti bahwa faktor-faktor tersebut memiliki dampak nyata pada bagaimana individu memutuskan untuk menggunakan teknologi atau sistem tertentu. Meskipun Social Influence memiliki pengaruh signifikan, nilai negatif dari coefficient path menunjukkan bahwa peningkatan dalam pengaruh sosial justru dapat menurunkan niat perilaku.

Sebaliknya, variabel lainnya, meskipun tidak berpengaruh signifikan, masih memiliki hubungan positif dengan Behavioral Intention, tetapi tidak cukup kuat untuk memenuhi kriteria signifikansi. Sehingga menunjukkan bahwa meskipun ada pengaruh, faktor-faktor tersebut tidak secara konsisten atau cukup kuat untuk mempengaruhi niat perilaku secara nyata.

b. Pembahasan Hipotesis ke-2

Dibawah ini adalah hasil *Output Path Coefficient* untuk melihat pengaruh dari konstruk Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Kebiasaan (*Habit*), Inovasi Personal (*Personal Innovativeness*), Perilaku Konsumsi Islam (*Islamic Consumption Behavior*) dan Niat Berperilaku (*Behavioral intention*) Terhadap Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*) dalam menggunakan layanan dompet digital.

Tabel 10. Hasil Pengujian Hipotesis

	<i>Path Coefficient</i>	<i>T-statistics</i>	<i>p-values</i>
X4 -> Y2	0.067	1.534	0.126
X5 -> Y2	0.046	1.294	0.196
X8 -> Y2	0.038	1.147	0.252
X9 -> Y2	0.044	1.211	0.226
Y1 -> Y2	0.270	2.163	0.031

Sumber: Olahan dari data primer, 2024

Hasil analisis tabel menunjukkan bahwa Behavioral Intention merupakan faktor kunci yang memengaruhi perilaku penggunaan (*Use Behavior*) dalam penelitian ini. Dengan nilai T-statistic yang signifikan dan coefficient path yang positif, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi niat perilaku seseorang untuk menggunakan teknologi, semakin besar dorongan pengguna untuk melakukannya.

Sementara itu, variabel-variabel lainnya meskipun tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan masih memiliki hubungan positif dengan *Use Behavior*. Artinya menunjukkan bahwa meskipun faktor-faktor tersebut tidak cukup kuat untuk memengaruhi perilaku penggunaan secara nyata, variabel mungkin masih memiliki dampak yang bermanfaat dalam situasi tertentu.

Pembahasan

1. Pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Habit*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Personal Innovativeness*, dan *Islamic Consumption Behavior* terhadap *Behavioral Intention*.

*a. Pengaruh *Performance Expectancy* (X1) terhadap *Behavioral Intention* (Y1).*

Berdasar pada konsep teori UTAUT-3, ada 8 faktor yang mempengaruhi penggunaan suatu teknologi. Faktor yang pertama adalah harapan kinerja (PE). harapan kinerja merupakan faktor yang menilai

tingkat kinerja suatu teknologi yang harapannya dapat membantu memudahkan kinerja agar penggunaan teknologi lebih optimal dalam kehidupan sehari-hari.

Temuan analisis penelitian menunjukkan bahwa "harapan kinerja (Performance Expectation/PE) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat berperilaku (Behavioral Intention/BI) dengan nilai T-statistic sebesar 0,195 dan nilai p-values sebesar 0,845." Nilai T-statistic yang lebih kecil dari 1,64 menunjukkan bahwa pengaruh yang diukur tidak cukup kuat. P-values yang lebih besar dari 0,10 menunjukkan bahwa hasil tersebut tidak cukup signifikan untuk menolak hipotesis nol, yang berarti tidak ada cukup bukti untuk mendukung adanya pengaruh antara kedua variabel tersebut.

Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan yang diungkapkan dalam penelitian Brahmantya Adi Saputra, Fatihaeny Nabilah Kurnia Ilahi, dkk. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pengguna memiliki harapan positif tentang kinerja aplikasi dompet digital, harapan tersebut tidak cukup kuat untuk mempengaruhi niat mereka dalam menggunakan dompet digital DANA selama masa pandemi COVID-19 (Saputra et al., 2022). Temuan lainnya dalam Nailis Kristi, Diqy Fakhurum S., dan Dwi Nurhayati. Dalam penelitian yang dilakukan ditemukan meskipun pengguna mengharapkan kinerja yang baik dari aplikasi Flip, harapan tersebut tidak cukup kuat untuk memengaruhi niat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut (Kristi et al., 2024).

b. Pengaruh *Effort Expectancy* (X2) terhadap *Behavioral Intention* (Y1). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Faktor kedua adalah *Effort Expectancy* (X2) yang mencerminkan harapan individu terhadap kemudahan penggunaan suatu sistem atau teknologi. Jika seseorang merasa bahwa teknologi yang digunakan tidak memerlukan banyak usaha atau belajar, mereka akan lebih terbuka untuk menggunakannya. Selain itu, jika teknologi tersebut terlihat bermanfaat dan memberikan kenyamanan, individu akan lebih termotivasi untuk mengadopsinya. Faktor ini penting dalam proses adopsi teknologi, karena kemudahan penggunaan dapat meningkatkan minat dan penerimaan individu terhadap sistem baru, sehingga mempengaruhi keputusan mereka untuk beralih dari teknologi lama ke yang baru.

Temuan analisis menunjukkan bahwa "terdapat pengaruh negatif yang tidak signifikan antara harapan usaha (PE) terhadap niat berperilaku (BI) dengan nilai T-statistic yang diperoleh adalah 0,143 dan nilai P-values sebesar 0,886." Nilai T-statistic yang rendah (0,143) menunjukkan bahwa efek harapan usaha terhadap niat berperilaku tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan secara statistik. Selain itu, P-value yang tinggi (0,886) menunjukkan bahwa kemungkinan untuk mendapatkan hasil seperti ini atau yang lebih ekstrem, jika hipotesis nol benar, cukup besar, sehingga tidak ada bukti yang cukup untuk menolak hipotesis nol.

Temuan ini diperkuat oleh riset yang dilakukan oleh Nuaraini Dzakiyyah. Dalam penelitiannya dijelaskan bahwa *the relationship between effort expectancy and behavioral intention in the acceptance an usage of the DANA E-Wallet is not supported.* (Dzakiyyah, 2023) penelitian selanjutnya dilakukan oleh Andri Nursafitri. Penelitian ini menemukan bahwa kemudahan penggunaan dompet digital DANA tidak selalu berbanding lurus dengan minat Generasi Z untuk menggunakannya. Bahkan, ketika penggunaan dianggap lebih mudah, hal ini justru dapat menurunkan ketertarikan mereka dan hanya sedikit mempengaruhi niat Generasi Z dalam menggunakan dompet digital DANA untuk pembayaran digital. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan DANA tidak otomatis meningkatkan minat Generasi Z untuk mengadopsi aplikasi tersebut (Nursafitri & Chaidir, 2024)

c. *Social Influence* (X3) terhadap *Behavioral Intention* (Y1).

Faktor ketiga adalah *Social Influence* (SI). Pengaruh sosial berperan penting dalam adopsi teknologi. Ketika individu melihat bahwa orang-orang di sekitarnya, terutama yang dianggap penting, seperti teman atau kolega, telah menggunakan suatu sistem, mereka akan merasa terdorong untuk mengikutinya. Semakin luas penggunaan sistem di kalangan sosial, semakin kuat motivasi untuk mencoba dan mengadopsi sistem tersebut. Di lingkungan kampus, fenomena ini sangat jelas, karena individu sering dipengaruhi oleh kebiasaan teman-temannya, sehingga ketertarikan untuk memanfaatkan teknologi baru meningkat seiring dengan penggunaan oleh orang lain di sekitar mereka.

Hasil temuan analisis menunjukkan bahwa "terdapat pengaruh negatif tetapi signifikan antara pengaruh sosial (SI) terhadap niat berperilaku (BI) dengan nilai T-statistic yang diperoleh adalah 0,661 dan nilai P-values sebesar 0,097." Nilai T-statistic yang lebih besar dari ambang batas 1,64 mengonfirmasi signifikansi efek ini, sementara P-value yang lebih kecil dari 0,10 mendukung penolakan hipotesis nol dan menerima alternatif (Ha), menunjukkan bahwa pengaruh sosial benar-benar memiliki dampak yang dapat diukur terhadap niat berperilaku, meskipun dampaknya negatif.

Temuan hasil ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Toto Edrinal Sebayang, dkk. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Social influence has an effect on behavioral intention in adapting to the use of the LinkAja application.* (Sebayang et al., 2022) Selanjutnya penelitian dilakukan Lucky Mahesa Yahya, dkk yang menunjukkan bahwa *social influence proven to have a significant influence in measuring the level of success in implementing the donation-based crowdfunding system in applications.* (Informasi et al., 2023)

Venkatesh, dkk juga menyatakan bahwa seorang individu bisa dipengaruhi orang lain yang meyakinkan dirinya bahwa dia harus mencoba menggunakan teknologi yang baru. (Venkatesh et al., 2003) Hal

ini terjadi karena seorang individu dapat menerima informasi dari seseorang yang mereka kenal yang sudah menggunakan sistem baru. Sehingga hal ini membuat promosi lewat mulut ke mulut lebih dianggap menarik karena saat ini leboh percaya kepada testimoni dari orang-orang terdekatnya. (Kriyantono, 2014)

d. *Facilitating Conditions* (X4) terhadap *Behavioral Intention* (Y1). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Faktor keempat adalah *facilitating conditions* atau kondisi yang memfasilitasi, merujuk pada elemen-elemen yang mendukung penggunaan suatu sistem atau teknologi. Seperti mencakup aspek-aspek seperti infrastruktur fisik, perangkat keras dan perangkat lunak, serta dukungan organisasi yang dibutuhkan untuk menjalankan sistem. Ketika individu merasa bahwa semua fasilitas yang diperlukan sudah ada dan mudah diakses, mereka akan lebih cenderung untuk mengadopsi dan memanfaatkan teknologi baru.

Temuan analisis menunjukkan bahwa "adanya pengaruh positif yang signifikan antara kondisi yang memfasilitasi (FC) terhadap niat berperilaku (BI) dengan nilai T-statistic setelah proses bootstrapping adalah 2,091 dan nilai P-values sebesar 0,037." Nilai T-statistic yang lebih besar dari 1,64, dan nilai P-values sebesar 0,037, yang lebih kecil dari 0,10, menunjukkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Saat ini, penggunaan smartphone di Indonesia semakin meningkat, didukung oleh laporan survei dari lembaga Statista yang menunjukkan bahwa lebih dari setengah populasi di Indonesia, yaitu 56,2 persen, telah menggunakan smartphone pada tahun 2018. Setahun kemudian, jumlahnya meningkat menjadi 63,3 persen.

Temuan hasil ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Widia Ernandha Dewi, Umu Khouruh, dan Mokh. Natsir. Dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kondisi yang mendukung memberikan pengaruh positif terhadap niat berperilaku dalam menggunakan e-commerce Sociolla di kalangan masyarakat Samarinda. **Widia Ernandha Dewi, Umu Khouruh, and Mokh. Natsir, "The Influence of Technology Acceptance on E-Commerce Behavior of Sociolla Users Is Mediated by Behavioral Intentions (UTAUT 2 Testing Study)," *Journal of Economics, Finance and Management Studies* 7, no. 4 (2024): 1780–1798** penelitian selanjutnya dilakukan oleh I Putu Hendika Permana, dkk. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa *Facilitating Conditions* has a positive and significant influence on behavioral intention to accept the Balindo Paradiso Information Technology system. (Permana et al., 2024)

e. Pengaruh *Habit* (X5) terhadap *Behavior Intention* (Y1).

Kebiasaan dalam penggunaan sistem informasi sangat krusial karena dapat memengaruhi cara pengguna berinteraksi dengan teknologi. Kebiasaan ini terbentuk seiring waktu dan memainkan peran penting dalam interaksi pengguna dengan teknologi dengan dua dimensi yaitu addictiveness dan must. Dimensi addictiveness menunjukkan sejauh mana pengguna merasa terikat atau kecanduan terhadap penggunaan sistem. Ketika pengguna merasa sulit untuk mengontrol atau mengurangi penggunaan sistem, hal ini mencerminkan tingkat kecanduan yang tinggi. Sementara dimensi must menggambarkan rasa kewajiban atau keharusan dari pengguna untuk menggunakan sistem. Ketika pengguna merasa bahwa penggunaan sistem adalah suatu keharusan, ini menunjukkan bahwa sistem telah menjadi bagian integral dari rutinitas atau kehidupan sehari-hari mereka.

Temuan analisis menunjukkan bahwa "adanya pengaruh negatif yang tidak signifikan antara Kebiasaan (HB) dan niat berperilaku (BI) dengan T-statistic sebesar 1,315 dan nilai P-values sebesar 0,189." Nilai T-statistic yang lebih kecil dari 1,64 menunjukkan bahwa efeknya tidak cukup kuat untuk berpengaruh, sedangkan nilai P-value yang lebih besar dari 0,10 mengindikasikan bahwa tidak ada cukup bukti untuk menolak hipotesis nol.

Temuan hasil ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Wira Bharata Premi dan Wahyu Widyaningrum yang membuktikan bahwa variabel *habit* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention* dalam penggunaan *mobile banking* nasabah KCU BCA Malang. (Premi & Widyaningrum, 2020) Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Fadhil Bima Anandia dan Asy Nur Aisyah yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh terhadap hubungan variabel *habit* (H) terhadap *behavioral intention* (BI) pada penggunaan *mobile banking* pada bank syariah di kota Surabaya. (Anandia & Aisyah, 2023)

f. Pengaruh *Hedonic Motivation* (X6) terhadap *Behavioral intention* (Y1).

Motivasi hedonis berfokus pada pencarian kepuasan dan kebahagiaan melalui pengalaman konsumsi. Dalam hal ini, kebutuhan yang belum terpenuhi mendorong individu untuk melakukan pembelian yang tidak terencana sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan emosional mereka.

Emosi yang dirasakan saat berbelanja, baik positif maupun negatif, memainkan peran penting dalam keputusan pembelian. Misalnya, perasaan senang saat membeli sesuatu dapat mendorong seseorang untuk melakukan pembelian impulsif. Sebaliknya, emosi negatif seperti kemarahan atau kesedihan juga bisa memicu perilaku belanja sebagai mekanisme coping. Secara garis besar, proses motivasi hedonis menunjukkan bagaimana pengalaman emosional dan kebutuhan individu saling berkaitan dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

Temuan analisis penelitian menunjukkan bahwa "terdapat pengaruh negatif yang tidak signifikan antara Motivasi Hedonis (HM) dan niat berperilaku (BI) dengan nilai T-statistic yang diperoleh adalah 1,575 dan nilai P-values sebesar 0,116." Nilai T-statistic yang lebih kecil dari 1,64 menunjukkan bahwa efeknya tidak cukup

kuat untuk berpengaruh, sedangkan nilai P-value yang lebih besar dari 0,10 mengindikasikan bahwa tidak ada cukup bukti untuk menolak hipotesis nol.

Temuan hasil ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Lutfi Alviandi dan Rojuaniah. Penelitian ini menunjukkan bahwa *hedonic motivation* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal ini menunjukkan bahwaterdapat nasabah yang belum memiliki minat untuk menggunakan dan menikmati layanan *Livein' by Mandiri*, walaupun layanan ini dapat memberikan kemudahan, kepraktisan, dan kenyamanan dalam bertransaksi. (Alviandi & Rojuaniah, 2024) Penelitian selanjutnya juga dilakukan oleh Devi Rahmawati dan Shita Permata Sari. Dalam penelitiannya menunjukkan bahwa *Hedonic Motivation has no affects on Behavioral Intention. This research shows that the interest of electronic wallet users in Great SoloRegion is not affects by hedonic motivation.* (Rahmawati & Sari, 2023)

g. Pengaruh *Price Value* (X7) terhadap *Behavioral intention* (Y1).

Nilai harga atau *Price Value* (PV) menggambarkan bagaimana pengguna menilai harga sebuah aplikasi atau layanan berdasarkan keuntungan yang di dapatkan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Dimensi *reasonable* menunjukkan bahwa pengguna menganggap harga yang ditetapkan adil dan sepadan dengan fitur yang ditawarkan oleh sistem. Sementara itu, dimensi *worth-it* menunjukkan bahwa pengguna merasa bahwa manfaat yang di peroleh dari aplikasi sebanding dengan biaya yang mereka keluarkan.

Temuan analisis menunjukan bahwa "terdapat pengaruh negatif yang tidak signifikan antara Nilai Harga (PV) dan niat berperilaku (BI) dengan nilai T-statistic yang diperoleh adalah 0,655 dan nilai P-values sebesar 0,513." Nilai T-statistic yang lebih kecil dari 1,64 menunjukkan bahwa efeknya tidak cukup kuat untuk berpengaruh, sementara nilai P-value yang lebih besar dari 0,10 mengindikasikan bahwa tidak ada cukup bukti untuk menolak hipotesis nol.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Deasy Safitri, dkk. Temuan menghasilkan bahwa faktor harga, baik itu murah atau mahal, tidak mempengaruhi keputusan individu dalam menggunakan aplikasi *JakOne Mobile* (Safitri et al., 2024). Selanjutnya penelitian juga dilakukan oleh Yulia Wahyu Saragih dan Brady Rikumahu yang menunjukkan bahwa *price value* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention* dalam penggunaan *e-wallet* masyarakat Jawa Barat. (Wahyu & Rikumahu, 2022)

h. *Personal Innovativeness* (X8) terhadap *Behavioral Intention* (Y1).

Inovasi Personal (PI) menggambarkan seberapa besar minat seseorang dalam mencoba hal-hal yang baru, khususnya dalam teknologi. Konsumen yang inovatif cenderung memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan bersemangat dalam mengeksplorasi cara-cara baru untuk melakukan sesuatu, seperti menggunakan teknologi baru dalam kehidupan sehari-hari. Sifat ini sangat penting dalam adopsi teknologi, karena inovasi personal dapat memotivasi seseorang untuk menjadi pionir dalam mencoba teknologi atau layanan baru yang belum banyak digunakan oleh orang lain. Indikator yang digunakan, seperti keinginan untuk belajar dan bereksperimen dengan teknologi, membantu mengukur tingkat inovatif dari individu tersebut.

Temuan analisis penelitian menunjukan bahwa "adanya pengaruh negatif yang tidak signifikan antara Inovasi Personal (PI) terhadap niat berperilaku (BI) dengan nilai T-statistic yang diperoleh adalah 1,381 dan nilai P-values sebesar 0,168." Nilai T-statistic yang lebih kecil dari batas 1,64 menunjukkan bahwa pengaruh inovasi personal tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan secara statistik. Nilai P-value yang lebih besar dari 0,10 juga mendukung hal ini, karena menunjukkan bahwa tidak ada cukup bukti untuk menolak hipotesis nol.

Temuan hasil ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Hafiyyan Fikri Al Kautsar dan Romi Ilham telah mengindikasikan jika *personal innovativeness* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan software akuntansi.

2. Pengaruh *Facilitating Condition, Habit, Personal Innovativeness, Islamic Consumption Behavior dan Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*.

a. Pengaruh *Facilitating Condition* (X1) terhadap *Use Behavior* (Y2).

Kondisi yang mendukung penggunaan teknologi adalah elemen kunci yang memengaruhi seberapa sering dan seberapa baik teknologi tersebut digunakan. *Perilaku Penggunaan* (UB) mencakup dua aspek utama: pertama, *Depth of use*, yang menunjukkan frekuensi penggunaan, dan kedua, *Breadth of use*, yang menilai dampak teknologi dalam hal peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengguna.

Hasil temuan analisis menunjukan bahwa "terdapat pengaruh negatif yang tidak signifikan antara Kondisi yang Memfasilitasi (FC) dan Perilaku Penggunaan (UB) dengan nilai T-statistik sebesar 1,534 dan nilai P-values sebesar 0,126." Nilai T-statistik yang lebih rendah dari ambang batas (1,64) menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan, sedangkan nilai P yang lebih besar dari 0,10 menegaskan bahwa hipotesis nol (H0) diterima dan Ha ditolak.

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Oca Amarta Awdes, Firman Surya, dan Zahara. Hasil penelitiannya menunjukkan jika tidak ditemukan dampak antara kondisi pendukung terhadap perilaku penggunaan fitur *paylater* pada aplikasi *Shopee* (SPaylater). (Awdes & Surya, 2022) Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Anggita Setyorini dan Wahyu Meiranto menunjukkan bahwa faktor-

faktor yang dianggap sebagai kondisi pendukung tidak memberikan dampak yang signifikan pada perilaku pengguna dalam menggunakan sistem SIMDA. (Setyorini & Meiranto, 2021)

Temuan penelitian tidak didukung oleh model UTAUT yang dilakukan dari Venkatesh, dkk. Penelitian menyebutkan jika individu percaya bahwa dengan adanya teknologi baru dapat membangun pola penggunaan sebuah sistem teknologi. Akan tetapi, dalam temuan memiliki hasil berbeda karena berpengaruh tidak signifikan. Perbedaan dapat disebabkan oleh adanya kesenjangan atau perbedaan antara generasi sebelumnya dan generasi milenial. Dimana generasi sebelumnya, teknologi yang ada dibatasi bahkan tidak tersedia pilihan teknologi lainnya, maka pada generasi ini bisa berfokus pada suatu teknologi yang ada. Berbeda dengan generasi milenial yang kini dihadapkan dengan berbagai macam jenis teknologi. Generasi ini memiliki keunggulan dalam menguasai teknologi bervariasi dan cepat menyesuaikan dengan cara kerja pada zamannya. Walaupun sudah terbiasa dihadapkan dengan berbagai teknologi yang ada, akan tetapi tidak dapat mempengaruhinya secara langsung untuk mengadopsi penggunaan teknologi dikarenakan banyaknya variasi teknologi yang harus mereka pelajari.

b. Pengaruh *Habit* (X2) terhadap *Use Behavior* (Y2).

Dalam variabel ini tolak ukur dari Kebiasaan (*habit*) berdasarkan seberapa sering seseorang menggunakan teknologi secara rutin, yang kemudian dapat menciptakan ketergantungan atau keinginan untuk terus menggunakannya. Dalam teknologi dompet digital, kebiasaan ini dapat berperan dalam memengaruhi keputusan atau pola penggunaan teknologi tersebut. Artinya semakin sering seseorang menggunakan dompet digital, semakin besar kemungkinan kebiasaan tersebut akan memengaruhi perilaku penggunaan mereka di masa depan.

Hasil analisis temuan menunjukkan bahwa "kebiasaan (*habit*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan (UB) dengan nilai T-statistik sebesar 1,294 dan nilai P-values sebesar 0,196." Nilai T-statistik yang lebih rendah dari ambang batas menunjukkan bahwa pengaruhnya tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan, sementara nilai P yang lebih besar dari 0,10 menunjukkan bahwa hasilnya mendukung penerimaan hipotesis nol (H0), yang berarti hipotesis alternatif (Ha) ditolak.

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadila Andini dan Ifani Hariyanti. Berdasarkan penelitian, kebiasaan (*Habit*) pengguna tidak memiliki dampak yang signifikan dalam mendorong perilaku penggunaan sistem OASIS di STT Bandung ketika menggunakan model UTAUT 2 (Andini & Hariyanti, 2021).

c. *Personal Innovativeness* (X3) terhadap *Use Behavior* (Y2).

Inovasi Personal (PI) mencerminkan seberapa besar seorang individu bersedia mengambil risiko terkait dengan adopsi ide atau teknologi baru. Teori Difusi Inovasi (IDT) menjelaskan bagaimana informasi dan ide baru menyebar di masyarakat. Difusi berfungsi sebagai sarana komunikasi yang menghubungkan orang-orang dengan gagasan-gagasan baru, sementara inovasi dianggap sebagai pendorong perubahan sosial. Kini seiring dengan kemajuan teknologi, pemahaman tentang bagaimana inovasi menyebar dan diadopsi oleh individu menjadi semakin relevan.

Hasil temuan analisis menjelaskan bahwa "tidak ada hubungan signifikan antara inovasi pribadi (PI) dan perilaku penggunaan (UB) dengan nilai T-statistik sebesar 1,147 dan nilai P-values sebesar 0,252." Nilai T-statistik yang lebih rendah dari ambang batas menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan. Selain itu, nilai P yang lebih tinggi dari 0,10 mendukung penerimaan hipotesis nol (H0), yang berarti hipotesis alternatif (Ha) ditolak.

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Nalis Kristi, Diqy Fakhrun S., dan Dwi Nurhayati yang menunjukkan jika inovasi pribadi tidak mempengaruhi perilaku penggunaan dalam penggunaan aplikasi Flip. (Kristi et al., 2024)

d. Pengaruh *Islamic Consumption Behavior* (X4) terhadap *Use Behavior* (Y2).

Hasil analisis tabel mengindikasikan bahwa "tidak ada hubungan yang signifikan antara Perilaku Konsumsi Islam (ICB) terhadap Perilaku Penggunaan (UB) dengan nilai T-statistic sebesar 1,211 dan nilai P-values sebesar 0,226." Nilai T-statistik yang lebih rendah dari ambang batas menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan, sementara nilai P yang lebih tinggi dari 0,10 mendukung penerimaan hipotesis nol (H0), yang berarti hipotesis alternatif (Ha) ditolak.

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Anton Priyo Nugroho, Dhiyaul Aulia Zulni, dan Yuli Andriansyah. Temuan dari penelitian yang dilaksanakan menyimpulkan bahwa *Islamic Consumption Behavior millennial generation in Yogyakarta do not influence the use behavior of digital wallets.* (Nugroho et al., 2023)

Hasil ini dapat terjadi akibat minimnya pemahaman mengenai perilaku konsumsi dalam Islam yang dimiliki oleh mahasiswa yang belum dapat menerapkan sepenuhnya perilaku konsumsi mereka. Pada akhirnya mereka seperti biasa melakukan transaksi menggunakan dompet digital tanpa memperhatikan aturan perilaku konsumsi Islam yang ada.

Teori konsumsi Islam sangat penting untuk ditanamkan dalam diri setiap orang, ditengah arus globalisasi yang dimana teknologi selalu mengalami perkembangan dan semakin menjauhi batasan etika

konsumsi Islam sendiri. Semakin banyak nya penggunaan teknologi sehingga tindakan pengguna akan bertransformasi menjadi berorientasi pada materi dan pragmatis, akibatnya mengabaikan konsep moralitas.(Echdar & Maryadi, 2019)

e. Pengaruh *Behavioral Intention* (X5) terhadap *Use Behavior* (Y2).

Konsep *Niat Berperilaku* (BI) merujuk pada sejauh mana seseorang memperkirakan kemungkinan pengguna akan melakukan suatu perilaku tertentu, seperti menggunakan sistem atau teknologi. Terdapat dua aspek utama dari BI: pertama, *intention*, yang menunjukkan seberapa besar keinginan pengguna untuk terus menggunakan sistem yang ada; kedua, *continuation*, yang menunjukkan rencana pengguna untuk melanjutkan penggunaan sistem tersebut di masa depan. Kedua dimensi ini penting untuk memahami motivasi dan komitmen pengguna terhadap teknologi atau sistem yang mereka gunakan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa ada “hubungan positif yang signifikan antara *Behavioral Intention* (BI) dan *Use Behavior* (UB) dengan nilai T-statistik sebesar 2,163 dan nilai P-values sebesar 0,031.” Nilai T-statistik yang lebih besar dari ambang batas 1,64 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut cukup kuat untuk dianggap signifikan, dan nilai P yang lebih kecil dari 0,10 mendukung penolakan hipotesis nol (H0), yang berarti hipotesis alternatif (Ha) diterima.

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Agnes Dwi Oktavia dan Dedi I. Inan bahwa *behavior intention* bagi pengguna memiliki dampak pada *use behavior* dalam minat menggunakan E-Dompet LinkAja di Papua Barat (Oktavia & Inan, 2024). Hal ini menyatakan semakin tingginya *behavioral intention* seseorang maka dapat mendorong peningkatan perilaku penggunaan seseorang dalam menggunakan teknologi dan sistem informasi untuk aktivitasnya.

Karena ketika pengguna dihadapkan pada teknologi baru yang belum pernah di gunakan, mereka melewati proses penilaian. Proses ini menentukan apakah akan menerima atau menolak teknologi tersebut. Jika pengguna tertarik pada teknologi yang baru, mereka akan mencari dan mengumpulkan informasi dan ulasan mengenai suatu teknologi yang baru untuk mengenal lebih lanjut.(Canon et al., 2008) Hal ini membuktikan bahwa mahasiswa mampu menggunakan dompet digital untuk cara transaksi dalam kehidupan dikarenakan kemudahan transaksi yang sudah mereka rasakan.

KESIMPULAN

Temuan analisis data dan hasil dalam penelitian menyimpulkan jika kedua variabel, yaitu *Social Influence* dan *Facilitating Conditions*, berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention*, atau niat seseorang untuk melakukan sesuatu. Namun, meskipun Pengaruh Sosial memiliki pengaruh yang signifikan, koefisien jalurnya menunjukkan nilai negatif. Sedangkan variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Habit*, *Hedonis Motivation*, *Price Value*, dan *Personal Innovativeness* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Walaupun memiliki pengaruh yang tidak signifikan, akan tetapi nilai *coefficient path* menunjukkan hubungan yang positif. *Behavioral Intention* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *Use Behavioral*. Sedangkan variabel *Facilitating Conditions*, *Habit*, *Personal Innovativeness*, dan *Islamic Consumption Behavior* tidak memiliki pengaruh terhadap *Use Behavior*. Walaupun memiliki pengaruh yang tidak signifikan, akan tetapi nilai *coefficient path* menunjukkan hubungan yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alviandi, L., & Rojuaniah. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(6), 3606–3619. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i6.3171>
- Anandia, F. B., & Aisyah, E. N. (2023). Analysis Of The Application Of The Utaut2 Model On The Use Of Mobile Banking In Sharia Banks Analisis Penerapan Model Utaut2 Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Bank Syariah. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 264–275.
- Andini, F., & Hariyanti, I. (2021). PENERAPAN MODEL UTAUT 2 UNTUK MEMAHAMI PERILAKU PENGGUNAAN OASIS DI SEKOLAH TINGGI. *NARATIF*, 03(02), 1–10.
- Awdes, O. A., & Surya, F. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Penggunaan Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee (SPaylater) Dengan Model UTAUT 2. *Accounting Information System, Taxes, and Auditing*, 1(2), 104–111.
- Canon, J. P., Perreault, W. D., & McCarthy, E. J. (2008). Pemasaran dasar buku 1 : Pendekatan manajerial global, terj. Salemba empat.
- Dewi, W. E., Khourouh, U., & Natsir, M. (2024). The Influence of Technology Acceptance on E-Commerce Behavior of Sociolla Users is Mediated by Behavioral Intentions (UTAUT 2 Testing Study). *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 7(4), 1780–1798.
- Diva, N., Rembulan, R., & Firmansyah, E. A. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompet Digital. *Valid Jurnal Ilmiah*, 17(2), 111.

- Dzakiyyah, N. (2023). UTAUT Model Analysis on E-Wallet Usage of Vocational School Students UTAUT Model Analysis on E-Wallet Usage of Vocational School Students LITERATURE REVIEW AND HYPOTHESES DEVELOPMENT. 11(2), 86–98.
- Echdar, S., & Maryadi. (2019). *Business Ethics and Entrepreneurship: Etika Bisnis dan Kewirausahaan*. Deepublish.
- Emis. (2024). *Rekapitulasi Data Pendidikan*. Kementerian Agama.
- Fikri, H., Kautsar, A., & Ilham, R. (2022). Analisis Niat Perilaku Dalam Menggunakan Software Akuntansi Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Di Surabaya. *AKUNESA*, 10(03), 84–100.
- Haidar, P. D. (2004). *Pendidikan Islam Dalam Sistem Pendidikan Nasional Di Indonesia*. Kencana.
- Indonesia, A. P. J. I. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*. In Apji.or.Od (Issue June).
- Informasi, J., Yahya, L. M., Purwati, S., Pertiwi, T. P., & Suradi, A. (2023). Application of EUCS and UTAUT Method to Analyze The Implementation of Donation-Based Crowdfunding System for Fundraising Mobile Applications. 5(4), 165–170. <https://doi.org/10.60083/jidt.v5i4.433>
- Joe, H., Hollingsworth, C. L., Randolph, A. B., & Chong, A. Y. L. (2017). An updated expanded assessment of PLS-SEM in information systems research. *Industrial Management & Data Systems*, 117(3), 442–458.
- Kristi, N., Shiddieq, D. F., & Nurhayati, D. (2024). Analisis Penerimaan Aplikasi Flip Menggunakan Model Unified of Acceptance and Use of Technology 3. *MALCOM*, 4(2), 685–694.
- Kriyantono, R. (2014). *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Kencana.
- Maulana, A., & Cahyadi, R. (2022). Evaluasi Penggunaan Produk Uang Elektronik E-Money OVO Menggunakan Model Utaut 2 (Studi Kasus: Mahasiswa Kota Medan). *Journal Information System Development (ISD)*, 7(1), 82–90.
- Nugroho, A. P., Indonesia, U. I., Zulni, D. A., Islam, U., Sunan, N., Yogyakarta, K., Andriansyah, Y., & Indonesia, U. I. (2023). Exploring the Adoption of Digital Wallets among Islamic Millennials in Yogyakarta , Indonesia Using an Extended UTAUT Model : The Role of Islamic EXPLORING THE ADOPTION OF DIGITAL WALLETS AMONG ISLAMIC MILLENNIALS IN YOGYAKARTA , INDONESIA USING AN EXTEND. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 101(14), 5528–5540.
- Nursafitri, A., & Chaidir, T. (2024). Determinants of E-wallet DANA Usage in Generation Z : Proving the UTAUT-2 Model. 12(04), 6255–6267. <https://doi.org/10.18535/ijserm/v12i04.em01>
- Oktafani, D., & Sisilia, K. (2020). Analisis Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology2 (UTAUT2) Pada Adopsi Penggunaan Dompot Digital Ovo Dayeuh Kolot Bandung (Studi Kasus Pada Generasi Z Sebagai Pengguna OVO). *Jurnal Menara Ekonomi*, VI(1), 24–36.
- Oktavia, A. D., & Inan, D. I. (2024). Analysis of Factors Determining E-Wallet Adoption in West Papua : Extended UTAUT 2 and Perceived Risk Analisis Faktor-faktor Penentu Adopsi E-Wallet di Papua Barat : Extended UTAUT 2 dan Perceived Risk. *MALCOM*, 4(2), 587–600.
- Permana, I. P. H., Aristana, I. D. G., Wira, I. K., & Prayana, D. (2024). Analyzing User Acceptance of Balindo Paradiso University Information System Using UTAUT 2 Model. 1(2), 96–109.
- Premi, W. B., & Widyaningrum, W. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 140–159.
- Pulungan, Z., Dalimunthe, S. S., Islam, A., Padangsidempuan, N., & Info, A. (2023). Sejarah Berdirinya Perguruan Tinggi Islam di Indonesia. 6(1), 57–67. <https://doi.org/10.24014/au.v6i1>.
- Rahiem, H., & Mochtar, E. (2001). *Arah Baru Pendidikan Islam Di Indonesia*. Logos Wacana Ilmu.
- Rahmawati, D., & Sari, S. P. (2023). Application of the UTAUT 2 Model in the Use of Electronic Wallets. *International Journal of Latest Research in Humanities and Social Science (IJLRHSS)*, 06(03), 7–15.
- Romadona Putra, D., Supelti, D., & Yusuf, A. (2022). Analisis Penerapan Aplikasi Ovo Menggunakan Model Utaut 3 Pada Pengguna. *Journal Of Techonolgy Mathematics And Social Science* e-ISSN, 1(2), 2829–3363.
- Rusbianti, M. A., & Canggih, C. (2023). E-Wallet dan Perilaku Konsumsi Islam (Studi Pada Masyarakat Kota Surabaya). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 516–524.
- Safitri, D., Sofyan, J. F., Negoro, D. A., & Kusmayadi, A. (2024). Analisis Behavioral Intention Mobile Banking dengan Model UTAUT2. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 571–587.
- Saputra, B. A., Nabilah, F., Illahi, K., Hilman, M., & Suryanto, L. M. (2022). Pengukuran Penerimaan Teknologi Dompot Digital Dana Pada Masa Pandemi COVID-19 Menggunakan Model UTAUT. vol8(no1), 31–36.
- Sebayang, T. E., Sofyan, M. I., Kuninggar, G. A., & Tri, K. (2022). The Application of Unified Theory of

- Acceptance and Use of Technology 2 Model to Analyze Factors Influencing Continuance Intention of Linkaja E-Wallet Adoption in Indonesia. 6(3), 277–289.
- Setyorini, A., & Meiranto, W. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DAERAH (SIMDA) DENGAN MENGGUNAKAN MODEL UTAUT 2 (Studi Empiris pada Pengguna Sistem informasi Manajemen Daerah (SIMDA) di Kota Salatiga). *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(1), 1–15.
- Teguh, M. (2014). *Metode Kuantitatif untuk Analisis Ekonomi dan Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View Published by : Management Information Systems Research Center , University of Minnesota Stable URL : <https://www.jstor.org/>. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wahyu, Y., & Rikumahu, B. (2022). Analisis Faktor Adopsi E-Wallet Gopay , OVO , dan DANA dengan Model UTAUT2 pada Masyarakat Jawa Barat. *Jurnal Nominal*, 11(1), 70–87.
- Watmah, S., Fauziah, S., & Herlinawati, N. (2020). Identifikasi Faktor Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Menggunakan Metode TAM Dan UTAUT2. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 6(2), 261–269. <https://doi.org/10.31294/ijse.v6i2.8833>
- Wicaksono, B. A., & Krisnadi, I. (2017). Analisis Pengembangan Strategi Bisnis Perusahaan Fintech Di Indonesia (Studi Kasus pada PT. Amarta Mikro Fintek). *Nn*, 1–9.
- Wulandari, C. S. (2023). *Dompot Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi*. BI Institute.