

**PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY* DAN *EFFORT EXPECTANCY* TERHADAP INTENSI KONTINUITAS PADA PENGGUNAAN GOPAY DI BANDAR LAMPUNG MENURUT PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)*



**Oleh:**

**SITI YULI SETIANI**

**NPM : 1851040153**

**Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H / 2022 M**

**PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY* DAN *EFFORT EXPECTANCY* TERHADAP INTENSI KONTINUITAS PADA PENGGUNAAN GOPAY DI BANDAR LAMPUNG MENURUT PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)*

Oleh:

**SITI YULI SETIANI**

**NPM : 1851040153**



**Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah**

**Pembimbing I : Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy**

**Pembimbing II : Okta Supriyaningsih, M.E.Sy**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H / 2022 M**

## ABSTRAK

Gopay merupakan layanan dengan peringkat pertama yang digunakan untuk pembayaran. Gopay juga secara konstan menduduki peringkat pertama berdasarkan pengguna bulanan terbanyak sejak 2018. Masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu adanya beberapa pengguna yang kecewa dengan penyedia layanan Gopay (Gojek), dimana keluhan yang dilaporkan tidak ditindak lanjuti. Tidak hanya itu, penulis juga menemukan adanya inkonsistensi hasil dari *effort expectancy* sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini. Dengan demikian skripsi ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *performance expectancy*, dan *effort expectancy* terhadap intensi kontinuitas pada penggunaan Gopay, dan juga untuk mengetahui *performance expectancy*, *effort expectancy* dan intensi kontinuitas pada penggunaan Gopay menurut perspektif manajemen bisnis syariah.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, penelitian deskriptif berikut menggunakan metode penyebaran kuesioner pada pengguna Gopay di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*, jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 100 orang. Kemudian penelitian ini melakukan analisa menggunakan Smart PLS dengan skala likert.

Hasil penelitian ini setelah diuji dengan melihat nilai *Original Sampel* dan juga *P-value* mendapatkan hasil bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi kontinuitas sehingga demikian hipotesis pertama didukung. Hasil uji dari variabel *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Kontinuitas sehingga hipotesis kedua terdukung. Hasil uji Determinan Koefisien didapatkan nilai sebesar 40,6% dan 59,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari yang terdapat pada penelitian ini. intensi Kontinuitas merujuk pada konsumen yang terus melakukan transaksi menggunakan suatu produk secara berkelanjutan, secara umum niat oenggunaan berkelanjutan merupakan kesetiaan seorang konsumen pada produk yang digunakan namun dalam konteks yang dibahas pada penelitian ini sebagaimana seorang konsumen memiliki niat untuk melanjutkan bertransaksi menggunakan Gopay tanpa adanya kontrol pada dirinya dikhawatirkan konsumen tersebut akan berlaku boros. Selain itu, variabel-variabel tersebut sejalan dengan syariat Islam sehingga dalam praktik menggunakan Gopay tidak ada unsur yang dapat merugikan orang lain sebagaimana hal tersebut sejalan dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

**Kata kunci :** *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Intensi Kontinuitas.*

## **ABSTRACT**

*Gopay is the first-ranked service used for payments. Gopay has also consistently ranked first based on the most monthly users since 2018. The problem in this study is that there are some users who are disappointed with the Gopay service provider (Gojek), where the complaints reported are not followed up. Not only that, the authors also found inconsistencies in the results of effort expectancy so that the authors were interested in conducting this research. Thus, this thesis aims to determine the effect of performance expectancy, and effort expectancy on the continuance intention on the use of Gopay, and also to determine the performance expectancy, effort expectancy and continuance intention on the use of Gopay according to the perspective of sharia business management.*

*The method used in this research is quantitative, the following descriptive research uses the method of distributing questionnaires to Gopay users in Bandar Lampung. This study uses non-probability sampling using purposive sampling, the number of samples that will be used is 100 people. Then this study analyzes using Smart PLS with a Likert scale.*

*The results of this study after being tested by looking at the Original Sample value and also the P-value get the result that performance expectancy has a positive and significant effect on continuance intention so that the first hypothesis is supported. The test results of the Effort Expectancy variable have a positive and significant effect on Continuance Intention so that the second hypothesis is supported. The results of the Coefficient Determinant test obtained a value of 40.6% and 59.4% were influenced by other variables outside of those contained in this study. Continuance intention refers to consumers who continue to make transactions using a product on an ongoing basis, in general, sustainable use intention is a consumer's loyalty to the product used but in the context discussed in this research as a consumer has the intention to continue making transactions using Gopay without any control over he feared that the consumer would act extravagantly. In Islam, it encourages its people to do things that are not in vain and also do not make it difficult. In addition, these variables are in line with Islamic law so that in the practice of using Gopay there are no elements that can harm other people as this is in line with the principles of Islamic law.*

***Keywords: Performance Expectancy, Effort Expectancy, Continuance Intention.***



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandarlampung 35131 Tlp. (0721) 703260*

---

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Yuli Setiani  
NPM : 1851040153  
Jurusan/Prodi : Manajemen Bisnis Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “**PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY* DAN *EFFORT EXPECTANCY* TERHADAP INTENSI KONTINUITAS PADA PENGGUNAAN GOPAY DI BANDAR LAMPUNG MENURUT PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan telah disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi

Bandar Lampung, 08 Agustus 2022

Penulis,



**Siti Yuli Setiani**

**1851040153**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131 Tlp. (0721) 703260

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY* DAN *EFFORT EXPECTANCY* TERHADAP INTENSI KONTINUITAS PADA PENGGUNAAN GOPAY DI BANDAR LAMPUNG MENURUT PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

Nama : Siti Yuli Setiani  
Npm : 1851040153  
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk di munaqasahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
**Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy**

**NIP. 198208062011012009**

  
**Okta Supriyaningsih, M.E.Sy**

**NIP. 2013010919841028163**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah

  
**Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E.**

**NIP. 197905142003121003**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat Jl. Letkol.H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131 Tlp. (0721) 703260

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY* DAN *EFFORT EXPECTANCY* TERHADAP INTENSI KONTINUITAS PADA PENGGUNAAN GOPAY DI BANDAR LAMPUNG MENURUT PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS SYARIAH”**, disusun oleh Siti Yuli Setiani, NPM : 1851040153, jurusan : Manajemen Bisnis Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah akultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal Jumat, 11 November 2022.

**TIM PENGUJI :**

**Ketua Sidang** : Nurlaili, S.Ag., M.A. (.....)   
**Sekretaris** : Adhe Risky Mayasari, M.Pd. (.....)   
**Penguji I** : Dimas Pratomo, M.E. (.....)   
**Penguji II** : Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy (.....)   
**Penguji III** : Okta Supriyaningsih, M.E.Sy (.....) 

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A.**

**NIP. 197009262008011008**

## MOTTO

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.

(Q.S. Al Furqan : 67)

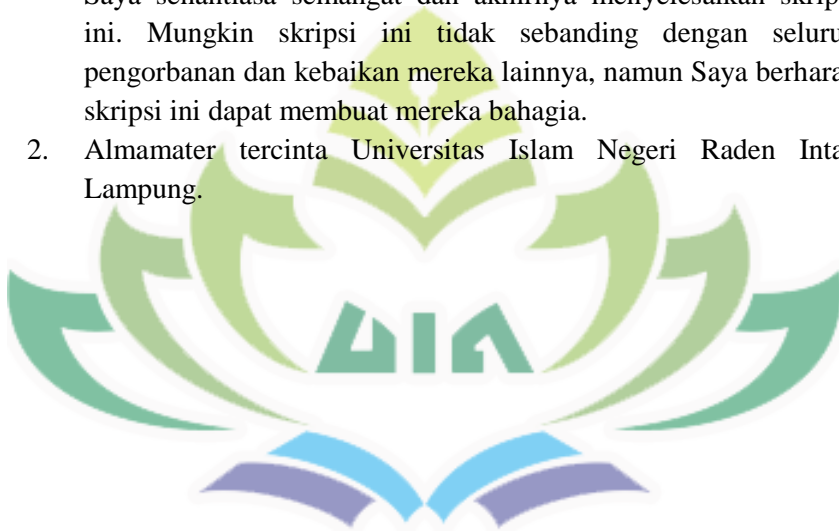




## PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, kesabaran untuk penulis dalam menyusun skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai ungkapan rasa syukur dan terimakasih kepada :

1. Kedua orang hebat dalam hidup Saya, Mama dan Papa tercinta yang senantiasa memberi dukungan sampai skripsi ini selesai. Terimakasih atas seluruh dukungan, nasihat dan juga doa baik yang tak pernah putus hingga saat ini. Mereka yang membuat Saya senantiasa semangat dan akhirnya menyelesaikan skripsi ini. Mungkin skripsi ini tidak sebanding dengan seluruh pengorbanan dan kebaikan mereka lainnya, namun Saya berharap skripsi ini dapat membuat mereka bahagia.
2. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.



## RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

Nama : Siti Yuli Setisni  
Tempat Tanggal Lahir : Sinar Rejeki, 25 Juli 2000  
Alamat : Sukmaju A, Sinar Rejeki,  
Kecamatan Jati Agung, Kabupaate  
Lampung Selatan

Nama Orang Tua

Ayah : Ahmad Efemdi  
Ibu : Sri Muntiah  
Agama : Islam  
Telp : 0856 0919 1772  
Email : Sityulisetiani90@gmail.com

### B. Data Pendidikan

2006-2912 : MIN ULUM Sukamaju  
2012=2015 : SMP Negeri 14 Bandar Lampung  
2015-2018 : SMA Negeri 7 bandar Lampung  
2018-2022 : Universitas Islam Negeri Raden  
Intan Lampung

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah, ilmu pengetahuan, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa selalu tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, para sahabat, keluarga, pengikut-Nya yang taat pada ajaran agama-Nya, yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju alam yang terang benerang pada saat ini.

Skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.). terselesaikannya skripsi ini berkat banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak maka dari itu dengan kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara rinci penulis ungkapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E. selaku ketua jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Erike Anggraeni, M.E.Sy. selaku pembimbing akademik satu terima kasih atas kesediaannya dalam memberikan bimbingan, saran dan kritik dalam proses penyelesaian skripsi ini
4. Ibu Okta Supriyaningsih, M.E.Sy. selaku pembimbing akademik dua yang dengan sabar memberikan bimbingan, motivasi dan pengarahan yang sangat berarti bagi penulis.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membagi ilmu, membantu serta memberikan masukan-masukan yang InsyaAllah dapat menjadi pedoman dan bekal untuk penulis

6. Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung dan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah menyediakan referensi guna penyelesaian skripsi ini.
7. Para responden yang telah dengan ikhlas meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penelitian ini.
8. Orang tua, kakak dan Adikku yang telah mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan dari awal hingga akhir.
9. Sahabat seperjuangan Sick Troops (Wulan, Malia, Andini, Rani, Fitri, Adi, Abdul, Adjie, Aldi, Iwan, Fadilah) yang telah menemani suka duka selama proses perkuliahan.
10. Teman–teman seperjuangan jurusan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2018 khususnya kelas C.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis namun telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya, dengan iringan terima kasih penulis memanjatkan do‘a kepada Allah SWT, semoga jerih payah dan amal semua pihak akan mendapatkan balasan yang sebaik–baiknya dari Allah SWT. Penulis berharap hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya, Amiin.

Bandar Lampung, 08 Agustus 2022

Penulis

**Siti Yuli Setiani**

1851040153

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>v</b>
<b>SURAT PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	4
C. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	18
D. Rumusan Masalah .....	18
E. Tujuan Penelitian.....	19
F. Manfaat Penelitian .....	19
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	20
H. Sistematika Penulisan.....	24
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN</b>	
<b>HIPOTESIS</b> .....	<b>27</b>
A. Teori Yang Digunakan.....	27
1. Perilaku Konsumen.....	27
2. Perilaku Konsumen Menurut Islam .....	30
3. Unified Theory of Acceptance and Use of	
Technology (UTAUT 2).....	34
4. Financial Technology (Fitech).....	35
5. Performance Expectancy (Ekspektasi Kinerja).....	39
6. Effort Expectancy (Ekspektasi Usaha) .....	40
7. Continuance Intention (Intensi Kontinuitas).....	42

B. Pengajuan Hipotesis .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	49
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	49
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data.....	49
D. Variabel dan Definisi Operasional .....	52
E. Instrumen Penelitian .....	54
F. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	54
1. Uji Validitas .....	54
2. Uji Reliabilitas.....	55
G. Metode Analisis Data.....	55
1. Uji Hipotesis.....	55
2. Uji Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ) .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
A. Deskripsi Data.....	57
1. Deskripsi Objek Penelitian .....	57
2. Deskripsi Responden .....	59
3. Deskripsi Distribusi Jawaban Responden.....	61
B. Hasil Penelitian.....	63
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	63
2. Analisis Data.....	68
C. Pembahasan .....	70
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>79</b>
A. Simpulan .....	79
B. Rekomendasi .....	80
DAFTAR RUJUKAN .....	81
LAMPIRAN .....	87
Lampiran I.....	87
Lampiran II.....	94
Lampiran III .....	94
Lampiran IV .....	95
Lampiran V .....	95
Lampiran VI.....	95
Lampiran VII.....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Layanan Gojek Yang Paling Sering Digunakan Selama Pandemi .....	7
1.2 Jumlah Pengguna <i>E-wallet</i> Kuartal 2017-2019 .....	8
1.2 Jumlah Pengguna <i>E-wallet</i> Kuartal 2019-2020 .....	9
1.3 Alasan Menggunakan <i>E-Wallet</i> .....	10
2.1 Kerangka Konseptual .....	47



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Definisi Operasional.....	52
3.2 Pola Skala Likert .....	54
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	60
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan.....	61
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Performance Expectancy</i> (X1) .....	61
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Effort Expectancy</i> (X2) .....	62
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Continuance Intention</i> (Y) .....	63
4.7 Item-Item Hasil Uji <i>Face Validity</i> .....	64
4.8 <i>Outer Loading</i> .....	66
4.9 Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	66
4.10 Nilai Cronbach's Alpha.....	67
4.11 Nilai AVE.....	67
4.12 Hasil Uji Hipotesis .....	68
4.13 <i>R-Square</i> .....	69
4.14 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis .....	70



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Dikhawatirkan terjadinya kesalahpahaman dalam mengartikan maksud dari penelitian ini maka peneliti akan menguraikan beberapa kata yang terdapat pada judul penelitian ini. Sebelum menguraikan kata-kata yang dimaksud berikut peneliti sampaikan judul penelitian ini yaitu '**PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY DAN EFFORT EXPECTANCY TERHADAP INTENSI KONTINUITAS PADA PENGGUNAAN GOPAY DI BANDAR LAMPUNG MENURUT PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**'. Berikut peneliti sampaikan uraian dari kata-kata tersebut.

#### 1. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengaruh adalah daya yang ada atau muncul dari sesuatu orang/benda yang turut membentuk watak, kepercayaan, ataupun perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan yang memiliki hubungan sebab akibat antara yang mempengaruhi maupun yang terpengaruh<sup>1</sup>. Jadi pengaruh merupakan suatu hal yang memiliki hubungan sebab akibat untuk mempengaruhi hal lainnya.

#### 2. *Performance Expectancy*

Dalam konteks mobile wallet, menurut Venkatesh et. al tahun 2012 menyatakan *performance expectancy* atau bisa juga disebut ekspektasi kinerja menampilkan keyakinan pengguna apabila dengan memanfaatkan metode pembayaran mobile akan menambah produktivitas dalam melaksanakan

---

<sup>1</sup>Cahyono, A. S. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia". *Publiciana*, Vol. 9, no. 1, (2019): pp. 140-57, doi:10.36563/publiciana.v9i1.79.

kegiatan tiap harinya<sup>2</sup>. Jadi berdasarkan definisi tersebut dapat dikatakan bahwa performance expectancy diharapkan dapat mempermudah kegiatan bagi para pengguna terutama dengan pembayaran via e-wallet.

### 3. *Effort Expectancy*

*Effort Expectancy* menurut Vankatesh dalam buku Indrawati tahun 2017 menyatakan sebagai tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna dalam memanfaatkan suatu sistem<sup>3</sup>. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa *effort expectancy* adalah suatu kegiatan yang dirasa mempermudah dalam penggunaan suatu sistem.

### 4. Intensi Kontinuitas

Menurut Indrawati dan Putri continuance intention diadaptasi dari definisi *behavioral intention* dari Venkatesh, Thong, dan Xu tahun 2012<sup>4</sup>. Menurut Nanggong tahun 2018 keduanya menguji penggunaan terus-menerus teknologi dalam jangka waktu yang lama. Dimana intensi kontinuitas menurut Nanggong merupakan intensi atau ukuran dari tindakan yang mungkin akan dilakukan dan dapat dimanfaatkan untuk memprediksi kemungkinan seseorang untuk melanjutkan (atau tidak) manfaat layanan pembayaran mobile di masa mendatang<sup>5</sup>. Jadi intensi kontinuitas dalam penelitian ini bermaksud untuk mengetahui ukuran apa yang perlu diperhatikan untuk melanjutkan penggunaan layanan.

---

<sup>2</sup> Ispriandina, A., & Sutisna, M., “Faktor-faktor penerimaan teknologi yang mempengaruhi intensi kontinuitas penggunaan mobile wallet di Kota Bandung”. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* Vol. 10, No. 1, (2019): pp. 1046-1055.

<sup>3</sup> Widyanto, A., & Hasbi, I. (2021). *Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Hedonic Motivation, Price Value Terhadap Purchase Intention Pada Shopee. co. id.* eProceedings of Management, 8(2).

<sup>4</sup> Ispriandina, A., & Sutisna, M. (2019, August). *Faktor-faktor penerimaan teknologi yang mempengaruhi intensi kontinuitas penggunaan mobile wallet di Kota Bandung.* In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 1046-1055).

<sup>5</sup> *Ibid.,.*

## 5. Penggunaan GoPay

Penggunaan menurut KBBI adalah proses, cara perbuatan dalam menggunakan sesuatu, ataupun arti lainnya adalah memakai. Sedangkan menurut website resmi Gojek menyatakan bahwa GoPay adalah uang elektronik yang bisa digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dan keuangan melalui aplikasi Gojek. Jadi maksud dari penggunaan GoPay dalam penelitian ini yaitu seseorang atau masyarakat yang memakai layanan GoPay sebagai salah satu metode pembayaran yang digunakan.

## 6. Perspektif Manajemen Bisnis Syariah

Menurut KBBI perspektif yaitu suatu cara untuk melukiskan suatu benda pada permukaan yang mendarat sebagaimana yang terlihat oleh mata secara tiga dimensi atau secara singkatnya yaitu sudut pandang. Menurut Amir manajemen bisnis Islam didefinisikan sebagai “*Getting God wuill done by the people*” atau melaksanakan keridaan Allah SWT melalui orang<sup>6</sup>. Jadi perspektif manajemen bisnis syariah disini memiliki arti sebagai sudut pandang yang digunakan untuk mencari keridaan Allah SWT melalui bertransaksi dengan orang lain, dimana transaksi yang dilakukan sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

Dari penjelasan istilah-istilah yang telah diuraikan tersebut, maka penulis menyampaikan pembahasan tersebut di dituangkan dalam skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* Terhadap Intensi Kontinuitas Pada Penggunaan GoPay Menurut Perspektif Manajemen Bisnis Syariah**” yang dilakukan untuk melihat apakah terdapat pengaruh dari variabel tersebut terhadap intensi kontinuitas penggunaan GoPay

---

<sup>6</sup> Maleha, N. Y. (2016). *Manajemen Bisnis dalam Islam. Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 1(2), 43-54.

## B. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di Indonesia sangat pesat dan telah merambah ke berbagai sektor perekonomian. Bermula dari yang terbatas, sampai adanya aktivitas yang cepat dan mudah diperbuat. Salah satu kegiatan yang dipengaruhi oleh teknologi adalah alat pembayaran tunai seperti mata uang. Sebelum uang diciptakan, ada sistem yang kita sebut barter.

Bersamaan dengan pertumbuhan era yang selaras dengan pertumbuhan teknologi, sudah mengalihkan sikap publik dalam penilaian kehidupan. Seperti interaksi sosial, jual beli, transportasi serta layanan finansial memanfaatkan digital alias nontunai. Dalam dunia finansial, kegiatan dilaksanakan tidak hanya memanfaatkan uang kartal serta giral, melainkan lewat aplikasi teknologi yang lazim kita sebut Financial Technology (Fintech)<sup>7</sup>.

Istilah Fintech berasal dari istilah *financial technology* atau *financial technology*. Menurut The National Digital Research Center (NDRC), di Dublin, Irlandia, fintech diartikan sebagai “*financial services creative*” atau “*innovative financial services fintech*”, inovasi-inovasi di bidang keuangan membawa sentuhan teknologi modern. Transaksi keuangan melalui *fintech* meliputi pembayaran, investasi, pinjaman, transfer, rencana keuangan dan produk keuangan<sup>8</sup>.

Di periode digitalisasi kala ini telah banyak yang memanfaatkan *E-Wallet* khususnya GoPay pada aplikasi GoJek. diakibatkan sebagian besar rakyat di Indonesia menganut agama Islam serta tahu akan ilmunya, mengakibatkan rasa ingin tahu yang lebih perihal hukum dari seluruh benda yang akan dikerjakannya supaya tidak hanya sebatas selesai dari

---

<sup>7</sup> Zada, C., & Sopiana, Y. (2021). *Penggunaan E-Wallet Atau Dompot Digital Sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah. JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 4(1), 251-268.

<sup>8</sup> Zuliansyah, A., Pratomo, D., & Supriyaningsih, O. (2022). *The Role of Financial Technology (Fintech) in ZIS Management to Overcome Poverty. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5(1), 203-224.

aktivitasnya tapi juga memperoleh nilai dan pahala, sehingga dengan sedemikian itu sempurnalah agamanya<sup>9</sup>.

Penerapan transaksi *e-money* sudah diatur pada Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2016 mengenai perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12PBI/2009 yaitu mengenai uang elektronik, prosedur dan alur transaksi uang elektronika. Transaksi *e-money* menaruh beberapa kemaslahatan yang bisa dipandang berdasarkan keunggulannya antara lain; (1) transaksi lebih cepat menggunakan *e-money* ketika bertransaksi sebab transaksi dapat dilakukan secara online, (2) transaksi menggunakan uang elektronik lebih mudah dibandingkan metode lain, lantaran layanan integrasi agen, kartu, pelaksanaan & *website* bisa diakses menggunakan layanan *online* sehingga tidak perlu repot-repot ke Bank atau ke tempat kerja pos, (3) Efisiensi, transaksi menggunakan uang elektronik akan terasa lebih cepat dan nyaman sebab tidak perlu membawa uang ataupun penerima kembalian. Manfaat tersebut sejalan dengan syariat Islam dimana : Pertama, transaksi pada uang elektro sudah mempunyai proteksi keamanan yang lengkap. Registered uang elektro memakai proteksi keamanan berupa PIN atau *fingerprint* yang bisa menjaga dari kejahatan atau kelalaian misalnya pencurian, kehilangan, & bentuk kejahatan lainnya terhadap nilai uang elektronik. Kedua, kehalalan uang elektro terjamin. Pertukaran uang tunai menggunakan uang elektro wajib sama jumlahnya, bila jumlahnya berbeda maka tergolong pada bentuk riba al-fadl, yaitu tambahan yang diperoleh dari barang yang ditukarkan pada pertukaran barang sejenis. Ketiga, penerapan *e-money* terhindar dari praktik Maysir, melainkan transaksi uang elektro didasarkan kebutuhan instrumen pembayaran yang bisa bekerja secara cepat & tepat, bukan didasarkan kebutuhan transaksi yang mengandung maysir. Keempat, transaksi menggunakan *e-money* tidak mengakibatkan pengeluaran yang konsumtif dibuktikan dengan adanya batas pengguna uang elektronik. Selain itu Majelis Ulama Indonesia juga telah mengeluarkan fatwa dewan syariah nasional

---

<sup>9</sup> Meividaryani, E. (2020). *Analisis Akad Syariah Terkait Praktik Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek*.

Mejelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yakni, Fatwa DSN NO: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah menjelaskan rambu-rambu penyelenggaraan uang elektronik yang sesuai dengan prinsip syariah<sup>10</sup>.

Perkembangan *e-wallet* terus berkembang seiring berjalannya waktu, dimana pada tahun 2018 transaksi melalui *e-wallet* yang tercatat oleh bank Indonesia (BI) mencapai US\$ 1,5 miliar dari 38 *e-wallet*, dimana 30% dari transaksi tersebut di Indonesia berasal dari GoPay. Selain itu berdasarkan riset iPrice Group dan App Annie menunjukkan pengguna bulanan GoPay merupakan yang terbanyak di Indonesia disusul oleh OVO, DANA, dan LinkAja.. Sehingga transaksi melalui dompet digital milik Gojek tersebut menembus US\$ 6,3 miliar atau sekitar Rp 89,5 triliun per Februari 2019. Sebesar 70% transaksi di aplikasi Gojek tercatat menggunakan GoPay, selain itu GoPay pula menjadi sarana pembayaran utama untuk GoFood yang merupakan layanan pesan antar makanan terbesar di Asia Tenggara. Dimana GoPay memiliki beberapa tipe layanan diantaranya pesan-antar makanan, transportasi publik, pembelian tiket bioskop, pembayaran *e-commerce*, logistik, teknologi finansial pinjaman (*fintech lending*), pengisian pulsa, tagihan bulanan dan penarikan tunai<sup>11</sup>.

Dalam survei *Sharing Vision* pada Desember 2020 Dimitri mengatakan alasan menggunakan *e-money* bermacam-macam, mulai dari simple, efisien secara waktu, banyaknya promo yang ditawarkan, tidak perlu datang ke Bank, dan aman. Di samping itu, GoPay juga meraih peringkat pertama layanan yang digunakan dalam pembayaran melalui QR Code. Disusul OVO, Linkaja, Dana, ShopeePay, dan layanan lainnya<sup>12</sup>.

---

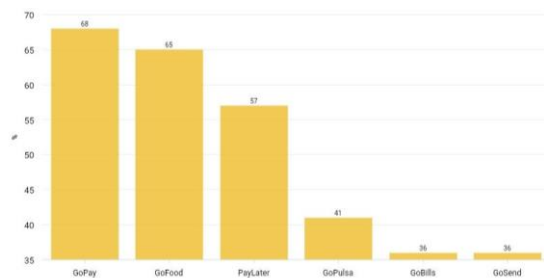
<sup>10</sup> <https://fokusborneo.com/opini/2020/06/29/penerapan-e-money-dalam-perspektif-syariah-islam/>

<sup>11</sup> <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a50396948f/transaksi-tembus-rp-895-triliun-pengguna-aktif-gopay-terbanyak-di-ri>

<sup>12</sup> <https://m.antaranews.com/berita/1977726/survei-gopay-pimpin-pasar-e-money>

Berdasarkan jabaran dari Winny selaku *Head of Corporate Affairs* GoPay mengatakan bahwa pada tahun 2021 GoPay akan fokus untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan juga memastikan rekan kerja (*merchant*) dapat beradaptasi dan tumbuh di ranah digital, khususnya UMKM. Dengan tujuan tersebut maka Gojek terus memperluas fungsi dan kegunaan GoPay yaitu dengan membantu konsumen mengatur keuangan dengan menyediakan layanan keuangan seperti investasi (GoInvestasi), asuransi (GoAure), GoPaylater yang membantu pengguna untuk mengatur keuangan dengan fitur *Pick Your Limit*, kolaborasi dengan Bank Jago dan institusi keuangan lainnya. Kemudian untuk *merchan*, GoPay terus mengupayakan dan membantu mitra usaha untuk go digital. Selain itu, GoPay juga aktif mendukung program QRIS sebanyak 12 juta *merchant* dari Bank Indonesia. Tidak hanya itu saja, Winny pun mengatakan dengan optimis bahwa ekonomi digital akan terus tumbuh di tahun ini dan akan memperluas penggunaan GoPay dari pembayaran hingga layanan keuangan digital yang aman, mudah dipakai, dan dapat diandalkan. Hal tersebut terbukti di tahun 2020 nilai transaksi GoPay untuk produk investasi meningkat hampir 7 kali lipat dan nilai transaksi GoPayLater meningkat juga di tahun 2020 sampai 3,3 kali lipat<sup>13</sup>.

**Gambar 1.1 Layanan Gojek Yang Paling Sering Digunakan Selama Pandemi**



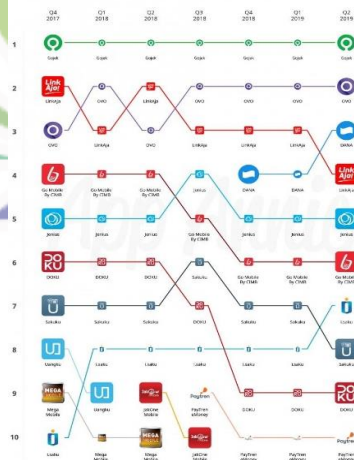
(Sumber : [katadata.co.id](https://katadata.co.id) (<https://bit.ly/3z7iEON>))

<sup>13</sup> <https://keuangan.kontan.co.id/news/gopay-fokus-memperluas-layanan-di-tahun-ini>

Seiring dengan maraknya berbagai layanan Gojek, pembayaran online melalui GoPay juga meningkat signifikan. Pertumbuhan Gopay meningkat lebih dari dua kali lipat selama pandemi. Dengan adanya pandemi justru meningkatkan layanan pengiriman atau *food delivery*, logistik, pembayaran dan jasa keuangan banyak konsumen yang mulai menggunakannya. Di sektor digital, tingkat pertumbuhannya meningkat lebih dari dua kali lipat. Penggunaan pembayaran QR *offline* telah menurun, tetapi secara digital, telah meningkat lebih dari dua kali lipat<sup>14</sup>.

Beberapa layanan Gojek mengalami peningkatan permintaan selama pandemi. Misalnya, transaksi GoPay meningkat 2,7 kali di tahun 2020 dibandingkan tahun lalu. *“Ini didorong oleh pengeluaran untuk e-commerce, game, dan transaksi di berbagai aplikasi,”* kata Andre selaku Co-CEO

**Gambar 1.2 Jumlah Pengguna E-wallet kuartal 2017-2019**



Gojek<sup>15</sup>.

(Sumber : [iprice.co.id](https://iprice.co.id) (<https://bit.ly/38Cy42H>))

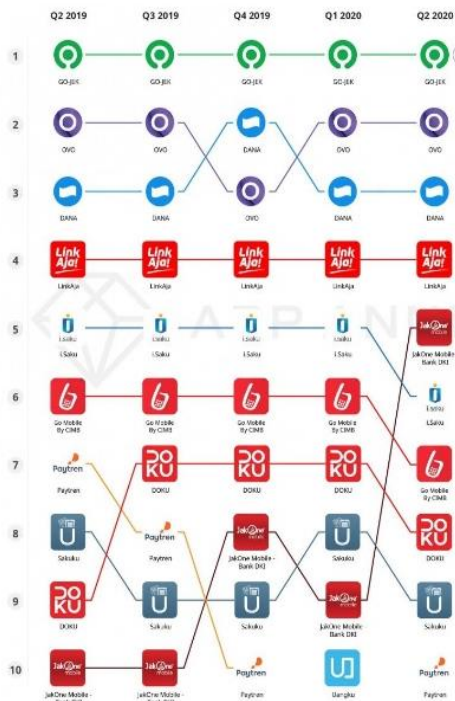
<sup>14</sup> <https://katadata.co.id/ameidyonasution/indepth/6066a03295ede/fokus-bisnis-gojek-ke-depan-move-people-things-money>

<sup>15</sup> <https://katadata.co.id/yuliaiwati/digital/5fad26a3c2db7/transaksi-gojek-tumbuh-10-gopay-naik-2-kali-lipat-di-masa-pandemi>



Jumlah pengguna GoPay stabil sejak awal tahun 2018 hingga kuartal II di tahun 2019. GoPay menduduki peringkat pertama berdasarkan jumlah pengguna aktif per bulannya, sehingga dengan data tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang penggunaan GoPay. Tidak hanya data diatas saja, jumlah pengguna bulanan *e-wallet* yang aktif tiap bulannya terus stabil hingga awal tahun 2020.

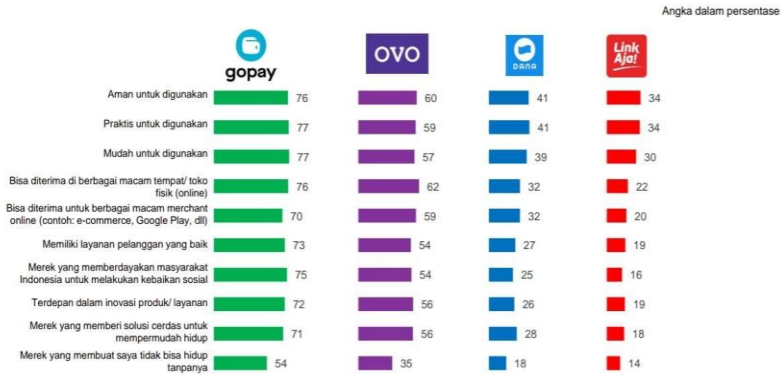
**Gambar 1.3 Jumlah Pengguna *E-wallet* Kuartal 2019-2020**



(Sumber : [iprice.co.id \(https://bit.ly/392ufDV\)](https://bit.ly/392ufDV))

berdasarkan gambar diatas dapat di simpulkan bahwa jumlah aktif bulanan GoPay tetap menduduki urutan pertama dibandingkan *e-wallet* yang lain. Meskipun OVO dan DANA mengalami peningkatan namun posisi GoPay tetap stabil.

### Gambar 1.4 Alasan Menggunakan E-Wallet



(Sumber : Ipsos.com (<https://bit.ly/3zrmUJd>))

Berdasarkan gambar diatas terdapat beberapa alasan penggunaan *e-wallet* menurut Ipsos dari sisi konsumen mengenai kualitas dari dompet digital yang digunakan, tentunya setiap konsumen tidak memiliki alasan yang sama diantaranya ; aman untuk digunakan, praktis untuk digunakan, mudah untuk digunakan, bisa diterima di berbagai macam tempat/toko fisik (*online*), bisa diterima untuk berbagai macam *merchant online* (contoh : *e-commerce*, Google Play, dll), memiliki layanan pelanggan yang baik, merek yang memberdayakan, masyarakat Indonesia untuk melakukan kebaikan sosial, terdepan dalam inovasi produk/layanan, merek yang memberi solusi cerdas untuk mempermudah hidup, merek yang membuat saya tidak bisa hidup tanpanya. Dari uraian diatas dapat di simpulkan bahwa konsumen percaya kepada GoPay sebagai metode pembayaran.

Sejak awal berdirinya Gojek pada tanggal 13 Ontober 2010 hingga Juni 2021, aplikasi Gojek sudah diunduh sebanyak 190 juta kali. Pada konferensi pers virtual pada tanggal 27 Oktober 2021 silam, Kevil Aluwi sebagai Co-Founder dan CEO Gojek menyatakan dengan adanya peningkatan tersebut berarti aplikasi Gojek semakin diminati oleh masyarakat. Berdasarkan riset dari Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia ( LD FEB

UI) diperkirakan kontribusi ekonomi ekosistem digital Gojek dan GoTo Financial (di luar Tokopedia) meningkat hingga Rp 249 triliun di tahun 2021 atau sekitar 60% dibanding tahun sebelumnya<sup>16</sup>. Karena adanya peningkatan pada transaksi yang terjadi, selain itu orang-orang sekitar cenderung lebih banyak menggunakan metode pembayaran menggunakan GoPay. Selain itu peneliti melakukan penelitian di Bandar Lampung dikarenakan metode pembayaran melalui GoPay banyak dilakukan di Bandar Lampung. Meskipun pada website resmi Gojek menyatakan bahwa Gojek sudah hadir di 167 kota dan kabupaten di Indonesia, tetapi untuk di Lampung baru terdapat di Bandar Lampung dan Lampung Selatan. Namun sejauh ini untuk transaksi yang menggunakan GoPay lebih banyak di Bandar Lampung sehingga peneliti memilih pengguna GoPay di Bandar Lampung sebagai objek pada penelitian ini, sebagaimana penelitian yang telah dilakukan oleh Amaral dan Watu (2021) menyarankan untuk negara maupun daerah yang berbeda, selain itu penelitiannya hanya melakukan refleksi jangka pendek dengan situasi tertentu yaitu pada masa pandemi Covid-19 saja<sup>17</sup>.

Peningkatan GoPay dapat didukung dari manfaat yang ditawarkan oleh penyedia layanan (Gojek) yang dapat dirasakan oleh konsumen dimana pada website resmi Gojek menyatakan ada beberapa manfaat yang akan dirasakan ketika konsumen menggunakan GoPay. Manfaat yang akan dirasakan oleh konsumen diantaranya layanan di aplikasi Gojek, toko atau restoran rekan usaha Gojek, paylater untuk pelanggan terpilih dan transaksi keuangan lainnya seperti transfer saldo GoPay ke sesama pengguna dan ke bank bagi konsumen yang sudah melakukan *upgrade* ke GoPay Plus.

---

<sup>16</sup><https://www.suara.com/tekno/2021/10/27/161159/setelah-11-tahun-berkiprah-aplikasi-gojek-sudah-diunduh-190-juta-kali>

<sup>17</sup> Amaral, M. A. L., & Watu, E. G. C. (2021). *Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence Dan Trust Terhadap Niat Berkelanjutan Menggunakan Fdas Pada Masa Pandemi Covid-19*. *Sebatik*, 25(2), 562-570.

GoPay memang menawarkan beberapa manfaat untuk para pengguna layanannya, tetapi tidak menutup kemungkinan adanya masalah pada layanan tersebut. Hal ini sejalan dengan adanya pengguna yang kecewa dengan penyedia layanan GoPay (Gojek) yang tidak ditindaklanjuti keluhan yang dilaporkannya. Pada laporan yang dilansir pada inet.detik.com menyatakan bahwa adanya ketidaknyamanan pengguna dimana ia tetap harus membayar tagihan padahal sudah diajukan laporan terhadap *Customer Service* Gojek, namun mendapat solusi yang kurang baik. *Customer* tersebut menyimpulkan bahwa adanya celah pada sistem keamanan Gopay dan PayLater yang dapat dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab<sup>18</sup>. Selain itu pada mediakonsumen.com menyebutkan ada laporan lain mengenai penyedia layanan GoPay dimana semua misi, *voucher*, dan langganan pada akun konsumen tersebut hilang secara tiba-tiba, saat mengajukan laporan kepada pihak CS dari Gojek *voucher* dan langganan miliknya kembali namun misi pada akunya tersebut tetap menghilang. Setelah itu konsumen tersebut melaporkan masalah terkait misi tersebut justru mendapat respon yang kurang baik dimana laporannya ditutup secara sepihak<sup>19</sup>. Tidak hanya itu saja pada website yang sama terdapat keluhan lain mengenai penyedia layanan GoPay tersebut, kasus yang sama pun terjadi dimana konsumen kecewa dengan pelayanan CS dari aplikasi Gojek tersebut. Konsumen mengatakan sangat kecewa dengan layanan CS yang tidak pernah memberikan kejelasan mengenai akunya tersebut<sup>20</sup>.

Pada 2012 Venkatesh menyatakan *performance expectancy* yaitu dapat menjelaskan manfaat yang akan dirasakan pengguna saat menggunakan suatu sistem atau

---

<sup>18</sup><https://inet.detik.com/cyberlife/d-5729643/duh-paylater-dibobol-pelanggan-gopay-tetap-suruh-bayar-tagihan>

<sup>19</sup><https://mediakonsumen.com/2021/08/26/surat-pembaca/pelayanan-buruk-cs-gojek-laporan-ditutup-sepihak-tanpa-solusi>

<sup>20</sup><https://mediakonsumen.com/2021/09/25/surat-pembaca/gojek-sangat-tidak-menghargai-pelanggan-atas-masalah-dengan-akun-saya>

teknologi<sup>21</sup>. Apabila manfaat yang dirasakan semakin tinggi maka dapat mempengaruhi pengguna untuk terus melakukan transaksi menggunakan sistem tersebut. Maka dari itu suatu sistem harus memberikan manfaat, sebab apabila pengguna merasakan manfaat saat menggunakan suatu sistem maka dapat memungkinkan nantinya akan terus menggunakan sistem tersebut sebagai alternatif.

Berdasarkan hasil penelitian milik Cristiono dan Brahmana menyatakan bahwa *performance expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sebab dari hasil data yang didapatkan menyatakan bahwa adanya manfaat yang dirasakan dari sistem yang digunakan maka pengguna merasa memiliki lebih banyak waktu untuk melakukan kegiatan lainnya. Namun, menurut Ispriandina dan Sutisna dalam penelitiannya menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan tidak memiliki pengaruh terhadap niat untuk melanjutkan penggunaan sistem tersebut. Sebab menurut hasil yang didapatkan Ispriandina dan Sutisna tersebut mengatakan bahwa manfaat yang dirasakan memiliki kesamaan dengan manfaat yang dirasakan saat menggunakan sistem yang lain.

Menurut Jambulingam pada 2013 menyatakan bahwa *effort expectancy* yaitu tingkat kemudahan yang dirasakan pada saat menggunakan suatu sistem<sup>22</sup>. Manusia tentunya akan mencari cara untuk mempermudah kegiatan yang akan dilakukannya, maka dari itu suatu sistem harus memiliki tingkat kemudahan. Tingkat kemudahan yang dirasakan masyarakat saat menggunakan suatu sistem akan membuat masyarakat tersebut untuk terus menggunakan suatu sistem, sebab dari rasa mudah yang dirasakan tersebut dianggap lebih efisien waktu dalam kegiatan sehari-hari.

---

<sup>21</sup> Andrianto, A. (2020). *Faktor Yang Mempengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model Utaut2*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, 25(2), 111-122.

<sup>22</sup> *Ibid*,...

Berdasarkan penelitian milik Amaral dan Watu menyatakan *effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention*. Dilihat dari respondennya mayoritas berusia 21-30 tahun sebanyak 63,8%. Dimana berdasarkan usia tersebut sudah terbiasa dengan penggunaan teknologi, dengan menggunakan suatu sistem yang mudah digunakan lebih dipertimbangkan untuk melanjutkan penggunaan suatu sistem tersebut. Namun, Ispriandina dan Sutisna mengatakan bahwa *effort expectancy* tidak mempengaruhi intensi kontinuitas. Berdasarkan responden pada penelitiannya tidak menjadikan tingkat kemudahan sebagai pertimbangan untuk menggunakan suatu sistem pembayaran, sebab responden pada penelitian tersebut rata-rata berusia muda atau berusia 20-30 tahun dengan jumlah sebanyak 90% dari jumlah responden selain itu usia muda juga lebih cenderung serkng menggunakan pembayaran menggunakan perangkat *mobile*.

*Continuance intention* dalam konsep *mobile wallet* pengguna akan terus memutuskan untuk melanjutkan penggunaan *mobila wallet* dengan memanfaatkan fitur-fitur dan juga fasilitas yang ada pada aplikasi tersebut<sup>23</sup>. Faktor faktor yang mempengaruhi intensi kontinuitas berdasarkan konstruk- konstruk yang terdapat pada UTAUT2. Namun pada penelitian ini tidak menggunakan semua konstruk yang terdapat pada model UTAUT2 tersebut, peneliti hanya memilih variabel *performance expectancy* dan *effort expectancy* saja sebagai variabel independen.

Berdasarkan uraian diatas maka alasan peneliti memilih variabel *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* yaitu sesuai dengan saran yang diberikan oleh Andrianto pada tahun 2020 dimana disarankan untuk dapat lebih memperhatikan faktor *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* agar

---

<sup>23</sup> Ispriandina, A., & Sutisna, M. (2019), August). *Faktor-faktor penerimaan teknologi yang mempengaruhi intensi kontinuitas penggunaan mobile wallet di Kota Bandung*. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 1046-1055).

minat penggunaan aplikasi dapat bertambah. Selain itu pada 2018 Rahayu pun menyarankan untuk menambah variabel lain yang mungkin memiliki pengaruh minat seseorang untuk menggunakan GoPay, seperti variabel kepercayaan, daya tarik promosi dan lain sebagainya. Menurut V. Venkatesh, J.Y.L. Thong, dan X. Xu,<sup>24</sup> telah mengembangkan Model UTAUT 2, menjadi tujuh variabel independen, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*, serta dua variabel dependen, yaitu *behavioral intention* dan *use behavior*. (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) UTAUT 2 adalah model penerimaan pengguna yang berpengaruh dan banyak diangkat untuk melaksanakan riset yang berhubungan dengan penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi informasi yang lebih berpusat pada konteks konsumen<sup>25</sup>. Selain itu Suryono dan Supono dalam penelitiannya tahun 2021 menyarankan untuk lebih memperhatikan indikator yang memiliki respon rendah berdasarkan faktor manfaat, kemudahan, resiko, kepercayaan dan pengetahuan produk.

Untuk alasan peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh *effort expectancy* terhadap intensi kontinuitas dikarenakan terdapat inkonsistensi hasil dari variabel tersebut. Beberapa penelitian yang mendukung yaitu pada penelitian milik Achiriani dan Hasbi tahun 2021 menyatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *behavioral intention*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian milik Nadhya tahun 2020 yang menyatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Selain itu, Amaral dan Watu pada 2021 menyatakan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention*. Lalu Kumala pada

---

<sup>24</sup> Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi* | Vol, 9(3).

<sup>25</sup> *Ibid..*

tahun 2019 pun menyatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Namun pada penelitian milik Kristi tahun 2020 menyatakan bahwa ekspektasi usaha tidak memiliki pengaruh positif terhadap niat perilaku. Selain itu, Charisma pada 2020 menyatakan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh sebesar 2,1% namun tidak signifikan meskipun dengan tingkat kepercayaan 90%, dimana nilai *t-statistics*  $0,325 < t\text{-tabel}$  1,282 dan *p-value*  $0,373 > 0,10$ . Hal tersebut sejalan dengan penelitian milik Cristiono dan Brahmana pun mengatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif namun tidak signifikan pada *behavioral intention*. Kemudian Andrianto ditahun yang sama menyatakan bahwa *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

Untuk alasan pemilihan variabel intensi kontinuitas yaitu Menurut Indrawati dan Putri tahun 2018 Definisi *continuance intention* diadaptasi dari definisi *behavioral intention* dari Venkatesh, Thong, dan Xu di tahun 2012<sup>26</sup>. Menurut Nanggong pada 2018 Keduanya menguji penggunaan terus-menerus teknologi dalam jangka waktu yang lama. Ditahun yang sama pula Nanggong menyatakan intensi kontinuitas merupakan intensi atau ukuran dari tindakan yang mungkin akan dilakukan dan dapat dimanfaatkan untuk memprediksi kemungkinan seseorang untuk melanjutkan (atau tidak) manfaat layanan pembayaran *mobile* di masa mendatang<sup>27</sup>. Sehingga berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti memilih menggunakan intensi kontinuitas sebab peneliti ingin mengetahui apa penyebab seseorang melanjutkan dalam penggunaan suatu pelayanan terutama pada GoPay.

Penggunaan transaksi secara elektronik memang lebih mudah dan praktis, namun konsmen tetap harus

---

<sup>26</sup> Ispriandina, A., & Sutisna, M. (2019), August). *Faktor-faktor penerimaan teknologi yang mempengaruhi intensi kontinuitas penggunaan mobile wallet di Kota Bandung*. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 1046-1055).

<sup>27</sup> *Ibid.*,.



memperhatikan kesesuaian nama pedagang dan nominal yang dibayarkan sebagai penjaminan keamanan transaksi sehingga tidak terjadinya kesalahan. Tidak hanya itu saja konsumen juga harus menjaga PIN atau kode keamanan lainnya untuk mencegah terjadinya masalah yang tidak diinginkan, apabila masalah sudah terjadi maka diharapkan segera menghubungi CS yang bersangkutan untuk menyelesaikan masalah tersebut<sup>28</sup>.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa teknologi saat ini sudah sangat berkembang dan menjadi salah satu alternatif penggunaan transaksi pembayaran. *performance expectancy* dan *effort expectancy* menjadi salah satu faktor penerimaan teknologi, dimana *performance expectancy* sendiri diharapkan dapat mempercepat kegiatan sehari-hari dan untuk *effort expectancy* diharapkan dapat mempermudah dalam melaksanakan kegiatan. Kemudian berdasarkan kedua hal tersebut maka akan mempengaruhi intensi kontinuitas, dimana semakin mudah dan cepat suatu teknologi maka seseorang akan lebih tertarik untuk menggunakan teknologi tersebut secara terus-menerus. Sehingga berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh *Performance Expectancy*, dan *Effort Expectancy* terhadap Intensi Kontinuitas yang akan diuraikan pada skripsi yang berjudul **“PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY* DAN *EFFORT EXPECTANCY* TERHADAP INTENSI KONTINUITAS PADA PENGGUNAAN GOPAY DI BANDAR LAMPUNG MENURUT PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS SYARIAH”**.

---

<sup>28</sup> <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200703080350-4-169900/takut-transaksi-digital-qr-is-jawabannya>

### C. Identifikasi dan Batasan Masalah

#### 1. Identifikasi Masalah

Masalah yang dapat diidentifikasi oleh peneliti diantaranya :

- a. Adanya pengguna yang kecewa dengan pelayanan penyedia GoPay (Gojek) yang tidak ditindaklanjuti keluhan yang dilaporkan
- b. Adanya inkonsistensi hasil dari *effort expectancy* sehingga peneliti tertarik untuk meneliti ulang mengenai variabel tersebut dimana intensi kontinuitas sebagai variabel dependen

#### 2. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini batasan masalah yang ditetapkan adalah dimana variabel yang digunakan hanya Performance Expectancy, Effort Expectancy dan Intensi Kontinuitas. Selain variabel yang digunakan batasan lainnya yaitu peneliti hanya memfokuskan pada pengguna GoPay sebagai metode pembayaran, selain itu untuk lokasi penelitian ini hanya di Bandar Lampung saja.

### D. Rumusan Masalah

1. Apakah Performance Expectancy berpengaruh terhadap Intensi Kontinuitas pada penggunaan GoPay di Bandar Lampung?
2. Apakah Effort Expectancy berpengaruh terhadap Intensi Kontinuitas pada penggunaan GoPay di Bandar Lampung?
3. Bagaimanakah Perspektif Manajemen Bisnis Syariah mengenai *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* dan Intensi Kontinuitas pada Penggunaan GoPay di Bandar Lampung?

## E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini dilakukan :

1. Untuk menguji pengaruh Performance Expectancy terhadap Intensi Kontinuitas penggunaan GoPay di Bandar Lampung.
2. Untuk menguji pengaruh effort Expectancy terhadap Intensi Kontinuitas pada penggunaan GoPay di bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* dan Intensi Kontinuitas pada penggunaan Gopay di Bandar Lampung berdasarkan pespektif Manajemen Bisnis Syariah.

## F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak kalangan, baik secara teoritis maupun secara praktis diantaranya:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian mendatang dengan tema yang sama atau relevan mengenai performance expectancy, effort expectancy dan intensi kontinuitas
  - b. Dapat menambah teori baru yang berkaitan dengan variabel yang ada pada penelitian ini
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Penulis
 

Peneliti berharap penelitian ini mampu memberikan informasi dan juga pemahaman sesuai teori-teori yang ada dalam penelitian ini serta pengetahuan yang didapat selama menempuh pendidikan terutama mengenai materi Manajemen Bisnis Syariah.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi guna mengembangkan layanan dan dapat meningkatkan intensi kontinuitas penggunaan berdasarkan faktor dari variabel yang diteliti yaitu *performance expectancy* dan *effort expectancy*.

c. Bagi Pemilik Usaha

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan gambaran ataupun bahan pertimbangan untuk menggunakan Gopay sebagai salah satu metode pembayaran pada usaha yang dimiliki.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan baru mengenai ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha sehingga membantu untuk mempertimbangkan penggunaan teknologi kedepannya.

## G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Sebagai pendukung dari penelitian ini maka peneliti mencari literatur dari penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan. Berikut peneliti cantumkan beberapa literatur yang telah dibaca sebelumnya, terdapat beberapa kesamaan dan juga perbedaan baik dari variabel maupun objek penelitian yang dilakukan.

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini :

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maria Augustin Lopes Amaral dan Engelbertus G. Ch.Watu tahun 2021 dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* Dan *Trust* Terhadap Niat Berkelanjutan Menggunakan FDAS Pada Masa Pandemi Covid-19”. Perbedaan yang membedakan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dalam pemilihan variabel independen dimana

penelitian tersebut terdapat variabel *social influence* dan *trust*, selain itu untuk objek penelitiannya menggunakan *Food Delivery App* (FDA) sedangkan peneliti menggunakan GoPay sebagai objek penelitian, dan pemilihan sampel dengan cara *convenience sampling* dimana pengambilan sampel berdasarkan kenyamanan peneliti sebab peneliti menggunakan *purposive sampling* pada penelitian ini. Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Amaral dan Watu tersebut menyarankan untuk negara maupun daerah yang berbeda, selain itu penelitiannya hanya melakukan refleksi jangka pendek dengan situasi tertentu yaitu pada masa pandemi Covid-19 saja. Sehingga dengan saran tersebut peneliti melakukan penelitian dengan pemilihan objek di Bandar Lampung. Persamaan pada penelitian tersebut yaitu dalam pengumpulan responden menggunakan metode survey dimana menggunakan kuesioner sebagai sumber datanya, kemudian variabel dependen dan juga independen memiliki kesamaan dimana menggunakan variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* dan juga niat berkelanjutan<sup>29</sup>.

2. Pada penelitian yang dilakukan oleh Cindy Flawrencia Gunawan pada 2019 yang berjudul “Pengaruh *Performance Expectancy* dan *Social Influence* Terhadap *Behavioral Intention* di Aplikasi Hijabenka”. Perbedaan yang terdapat pada penelitian tersebut yaitu variabel dependen yang dipilih oleh Gunawan tersebut adalah *Behavioral intention*, penelitian tersebut menggunakan Hijabenka sebagai objek penelitiannya sedangkan penelitian ini menggunakan objek pengguna GoPay di Bandar Lampung, penelitian tersebut menggunakan teknik pengambilan sampel *judgemental sampling* sedangkan penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, kemudian pemilihan metode pengolahan data menggunakan regresi linear berganda. Persamaan penelitian

---

<sup>29</sup> Amaral, M. A. L., & Watu, E. G. C. (2021). *Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence Dan Trust Terhadap Niat Berkelanjutan Menggunakan Fdas Pada Masa Pandemi Covid-19*. *Sebatik*, 25(2), 562-570.

tersebut memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan diantaranya variabel independen yang dipilih yaitu *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy*, tidak hanya itu metode pengumpulan data pun menggunakan kuesioner yang disebarakan pada responden, kemudian jenis penelitian tersebut juga termasuk penelitian deskriptif<sup>30</sup>.

3. Daniel Ivan Christiono dan Ritzky Karina M.R. Brahmana dalam penelitiannya tahun 2018 yang berjudul “Analisis Pengaruh *Performance Expectancy* Dan *Effort Expectancy* Terhadap *Behavioral Intention* Pada *Online Marketplace*”. Perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan diantaranya variabel dependen pada penelitian tersebut menggunakan *Behavioral Intention* sedangkan peneliti memilih intensi kontinuitas sebagai variabel dependen, lalu objek yang diteliti *online marketplace* sedangkan peneliti memilih pengguna GoPay di Bandar Lampung sebagai objek dalam penelitian ini, kemudian teknik pemilihan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dimana penentu sampel berdasarkan kebetulan sedangkan peneliti menggunakan *puposive sampling*, dan proses pengolahan data menggunakan regresi linear berganda. Persamaan pada penelitian tersebut yaitu variabel independen yang digunakan adalah *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, kemudian penelitian tersebut juga menggunakan jenis penelitian deskriptif<sup>31</sup>.
4. Penelitian milik Maharani Puspa Ayu Achiriani dan Dr. Imanuddin Hasbi, S.T., M.M. tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Perceived Risk*, *Perceived Cost* Terhadap *Behavioral Intention* Pada Pengguna Dompot Digital Dana Di Indonesia”. Perbedaan penelitian tersebut menggunakan

---

<sup>30</sup> Gunawan, C. F. (2019). *Pengaruh Performance Expectancy Dan Social Influence Terhadap Behavioral Intention Di Aplikasi Hijabenka*. Agora, 7(2).

<sup>31</sup> Christiono, D. I. (2018). *Analisis Pengaruh Performance Expectancy Dan Effort Expectancy Terhadap Behavioral Intention Pada Online Marketplace*. Agora, 6(2).

variabel dependen *Behavioral Intention* dan untuk variabel independen terdapat variabel *Social Influence*, *Perceived Risk* dan *Perceived Cost*, objek yang dipilih yaitu Dompet Digital Dana sedangkan peneliti memilih pengguna GoPay di Bandar Lampung sebagai objek penelitian. Persamaan penelitian tersebut yaitu metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, kemudian variabel independen yang digunakan yaitu *Performance Expectancy*, dan *Effort Expectancy*, kemudian jenis penelitian yang digunakan pada penelitian tersebut yaitu penelitian deskriptif<sup>32</sup>.

5. Pada penelitian milik Aditya Widyanto dan Imanuddin Hasbi pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Hedonic Motivation* dan *Price Value* Terhadap *Purchase Intention* (Studi Pada Pengguna Shopee Bandung) *The Influence of E-Wom on Purchase Intention Affected by Trust As Mediators (Study on Renan Store Consumers in Bandung City)*”. Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini adalah variabel dependen yang digunakan yaitu *Purchase Intention* sedangkan penelitian ini menggunakan intensi kontinuitas, dan untuk variabel independen terdapat variabel *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, dan *Price Value*. Kemudian untuk objek penelitian yang digunakan yaitu pengguna Shopee di Bandung sedangkan peneliti memilih pengguna GoPay di Bandar Lampung sebagai objek penelitian, analisis yang digunakan menggunakan Regresi Linear Berganda. Persamaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu menggunakan variabel independen menggunakan *Performance Expectancy*, dan *Effort Expectancy*. Selanjutnya penggunaan metode kuantitatif sebagai metode penelitian, teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*

---

<sup>32</sup> Achiriani, M. P. A., & Hasbi, I. (2021). *Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost Terhadap Behavioral Intention Pada Pengguna Dompet Digital Dana Di Indonesia*. eProceedings of Management, 8(1).

dengan jenis *purposive sampling*, serta penelitian tersebut juga termasuk jenis penelitian deskriptif<sup>33</sup>.

6. Amallia Ispriandina dan Mamun Sutisna tahun 2019 dengan judul “Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Mempengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan *Mobile Wallet* Di Kota Bandung”. Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini adalah variabel independen yang digunakan adalah keseluruhan faktor dari penerimaan teknologi sedangkan penelitian ini hanya menggunakan variabel *performance expectancy*, dan *effort expectancy* saja, metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda, objek penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* di Kota Bandung sedangkan penelitian ini menggunakan pengguna GoPay di Bandar Lampung sebagai objek penelitian. Persamaan yang terdapat pada penelitian ini adalah pada variabel independen sama-sama menggunakan *Performance Expectancy* dan *Effort expectancy*, metode pengumpulan datanya pun menggunakan kuesioner dengan skala Likert<sup>34</sup>.

## H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari lima bab, berikut penulis jabarkan untuk sistematika tersebut :

### 1. Bagian Awal

Bagian awal pada skripsi berisi *cover* skripsi, halaman sampul, halaman abstrak, halaman pernyataan orasionalitas,

---

<sup>33</sup> Widyanto, A., & Hasbi, I. (2021). *Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Hedonic Motivation, Price Value Terhadap Purchase Intention Pada Shopee. co. id.* eProceedings of Management, 8(2).

<sup>34</sup> Ispriandina, A., & Sutisna, M. (2019, August). *Faktor-faktor penerimaan teknologi yang mempengaruhi intensi kontinuitas penggunaan mobile wallet di Kota Bandung.* In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 1046-1055).



halaman persetujuan, halaman pengesahan, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan saftar lampitran.

## 2. Bagian Substansi (Inti)

Pada bagian inti skripsi terdiri dari :

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari beberapa bagian diantaranya berisi penegasan judul, latar belakang, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan

### BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Pada bab ini akan berisi tentang teori-teori mengenai *performance expectancy*, *effort expectancy*, intensi kontinuitas, kerangka teoritik dan hipotesis.

### BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab berikut meliputi tentang waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variable, instrument penelitian, uji validitas dan uji reliabilitas serta uji hipotesis

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Pada bab ini nantinya akan berisi tentang deskripsi data, pembahasan hasil penelitian dan analisa.

### BAB V PENUTUP

Pada bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, dan memberikan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya

## 3. Bagian Akhir

Bagian akhir dari skripsi ini berisi daftar rujukan dan lampiran



## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

#### A. Teori Yang Digunakan

##### 1. Perilaku Konsumen

Istilah perilaku erat hubungannya dengan objek yang studinya diarahkan pada permasalahan manusia. Di bidang studi pemasaran, konsep perilaku konsumen secara terus-menerus dikembangkan dengan berbagai pendekatan. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini<sup>35</sup>.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

##### 1) Faktor-faktor kebudayaan

###### a. Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor paling dasar sebagai penentu dari keinginan dan perilaku seseorang.

###### b. Subbudaya

Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik. Subbudaya terdapat beberapa jenis diantaranya : kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.

###### c. Kelas sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan tinggal cukup lama dilingkungan

---

<sup>35</sup> Setiadi, N. J (2003). PERILAKU KONSUMEN: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan keinginan Konsumen Edisi Revisi. Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP. Hlm 2.

masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

## 2) Faktor-faktor sosial

### a. Kelompok referensi.

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak terhadap sikap atau perilaku seseorang. Terdapat beberapa kelompok diantaranya kelompok primer dimana kelompok tersebut memiliki interaksi yang berkesinambungan seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman. Selanjutnya kelompok sekunder dimana biasanya kelompok tersebut memiliki hubungan resmi dan interaksi tidak berkesinambungan. Selain itu terdapat kelompok aspirasi dimana seseorang memiliki keinginan untuk menjadi anggota dalam kelompok tersebut. Adapula kelompok diasosiatif (memisahkan diri) dimana seseorang tidak menyukai nilai atau perilaku dalam kelompok tersebut.

### b. Keluarga

Bagi pembeli terdapat dua perbedaan keluarga diantaranya, yang pertama ialah: keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan nilai atau harga diri dan cinta dari orang tuanya. Selain itu adapula keluarga rekreasi, yaitu pasangan hidup, anak-anak, keluarga merupakan kelompok dari pembeli yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

### c. Peran dan status

Pada umumnya seseorang berpartisipasi dalam beberapa kelompok selama hidupnya entah itu dari

keluarga, klub, ataupun organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

3) Faktor pribadi

- a. Umur dan tahapan dalam siklus hidup
- b. Pekerjaan
- c. Keadaan ekonomi
- d. Gaya hidup
- e. Kepribadian dan konsep diri

4) Faktor-faktor psikologis

a. Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini berasal dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, haus, resah atau tidak nyaman. Adapun kebutuhan lain bersifat psikogenik, yaitu kebutuhan yang berasal dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

b. Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Seseorang akan memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena adanya tiga proses persepsi: Perhatian yang selektif; gangguan yang selektif; dan mengingat kembali yang selektif.

c. Proses belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

#### d. Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu<sup>36</sup>.

## 2. Perilaku Konsumen Menurut Islam

### a. Fondasi Dan Prinsip Konsumsi

Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasar syariat Islam, memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi. Ada tiga nilai dasar yang menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim, yaitu : 1) keyakinan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat daripada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi. Konsumsi untuk ibadah merupakan *future consumption*, sedangkan konsumsi duniawi adalah *present consumption*; 2) konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah SWT. merupakan kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan; 3) kedudukan harta adalah merupakan anugerah Allah SWT. dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar.

---

<sup>36</sup> Setiadi, N. J (2003). PERILAKU KONSUMEN: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan keinginan Konsumen Edisi Revisi. Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP. Hlm 10-14.

Menurut Manan, selain dengan adanya tiga fondasi dasar diatas, masih terdapat lima prinsip konsumsi dalam Islam yaitu : *pertama*, prinsip keadilan. Prinsip ini mengandung arti ganda mengenai mencari rizki yang halal dan tidak dilarang hukum. *Kedua*, prinsip kebersihan. Maksudnya adalah bahwa makanan harus baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera. *Ketiga*, prinsip kesederhanaan. Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makan dan minuman yang tidak berlebihan. *Keempat*, prinsip kemurahan Hati. Dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhannya. *Kelima*, prinsip moralitas. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah SWT. sebelum makan dan menyatakan terimakasih setelah makan. Sedangkan prinsip konsumsi menurut Ali Sakti, bahwa ada empat prinsip utama dalam sistem ekonomi Islam yang diisyaratkan dalam Al-Qur'an : 1) hidup hemat dan tidak bermewah-mewahan. Ini berarti tindakan ekonomi hanyalah untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) bukan keinginan (*wants*); 2) implementasi zakat, infak, dan shadaqah; 3) pelarangan riba. Menjadikan sistem bagi hasil dengan instrumen mudharabah dan musyarakah sebagai sistem kredit dan instrumen bunganya; 4) menjalankan usaha-usaha yang halal; dari produk atau komoditi, proses produksi hingga distribusi.

Menurut Hery Sudarsono, seorang muslim dalam mengkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan : 1) manusia tidak kuasa sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat; Keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah SWT. Dalam surat al-Waqi'ah ayat 68-69 : "Pernahkah memperhatikan air yang kamu minum?" "Kamukah yang menurunkannya dari awan, atau Kami kah yang menurunkannya".) dalam konsep Islam, kebutuhanlah yang membentuk pola

konsumsi seorang muslim; Pola konsumsi yang didasarkan atas kebutuhan akan menghindari pola konsumsi yang tidak perlu. Firman Allah SWT. Dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 180 : "Dan jangan sekali-kali orang-orang yang kikir dengan apa yang diberikan Allah kepada mereka dari karunia-Nya... milik Allah lah warisan (apa yang ada) di langit dan di bumi...." Meskipun belum didapati sebuah negara Muslim yang menerapkan ekonomi Islam sepenuhnya berdasarkan ajaran Al-Qur'an, al-hadith, ajaran para sahabat, dan ijtihad para ulama, tetapi dalam kehidupan sehari-hari kita dapat merasakan perbedaan perilaku konsumsi antara masyarakat yang memegang teguh keimanan dan ketaqwaan dengan yang tidak. Ketika seorang konsumen muslim yang beriman dan bertaqwa mendapatkan penghasilan rutinnya, baik mingguan, bulanan, atau tahunan, dia tidak berpikir pendapatan yang diraihinya itu dihabiskan semuanya hanya untuk dirinya sendiri, tetapi karena keimanan dan ketaqwanya itud an atas kesadarannya bahwa hidup semata untuk mencapai ridha Allah SWT., dan berpikir sinergis.

#### b. Batasan Konsumsi Dalam Islam

Islam sangat membantu masyarakat menanamkan kualitas kebaikan seperti ketaatan, kejujuran, integritas, kesederhanaan, kebersamaan, keadilan, kesalingmengertian kerjasama, kedamaian, keharmonisan, dan berperannya fungsi kontrol tingkah laku terhadap hal yang dapat membahayakan masyarakat. Itulah kenapa syariah berpengaruh terhadap konstruksi keseimbangan sumber daya masyarakat. Hal ini didukung dengan ajaran Islam bagi masyarakat tentang tanggung jawab manusia di dunia dan akhirat dan konsepsi mardatillah (mengharap ridha Allah SWT.) untuk perilaku dalam berbagai bentuk dan jenisnya. Jadi konsumsi terintegrasi dalam syariah, orientasinya tidak lepas dari upaya menyeimbangkan kebutuhan dunia dan



akhirat. Oleh karena itu, dalam Islam ada perbedaan yang jelas antara yang halal dan haram. Dengan kata lain, dalam sebuah kegiatan ekonomi dilarang mencampurkan antara yang halal dan haram. Hal tersebut merupakan bagian dari batasan konsumsi dalam perilaku konsumen muslim. Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan dalam pandangan Islam. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting, karena keimanan memberikan cara pandang dunia dan mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam kepuasan material maupun spiritual. Inilah yang disebut untuk menyeimbangkan kehidupan duniawi dan ukhrawi. Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif. Saringan moral bertujuan menjaga kepentingan diri tetap berada di dalam batasan-batasan kepentingan sosial dengan mengubah preferensi individual semata menjadi preferensi yang serasi antara individual dan sosial, serta termasuk pula saringan dalam rangka mewujudkan kebaikan dan kemanfaatan. Dalam konteks itulah, Islam melarang untuk bertindak israf (boros), pelarangan terhadap bermewah-mewahan dan bermegah-megahan, dan lain-lain. Pelarangan israf ini karena banyak menimbulkan efek buruk pada diri manusia, diantaranya adalah tidak efisien dan efektif dalam pemanfaatan sumber daya, egoisme, mementingkan diri (*self interest*), dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu, sehingga uang yang di belanjakannya habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri. Oleh sebab itu dalam menghapus perilaku israf, Islam memerintahkan: 1) memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat; 2)

menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditi. Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Quraish Shihab menjelaskan dalam tafsir al-Misbah, bahwa komoditi yang haram itu ada dua macam, yaitu haram karena zatnya seperti babi, bangkai dan darah dan yang haram karena sesuatu bukan karena zatnya seperti makanan karena tidak diijinkan oleh pemiliknya. Komoditi yang halal adalah yang tidak termasuk dari dua macam tersebut. Di samping itu, aspek yang mesti diperhatikan juga adalah yang baik, yang cocok, yang bersih, dan yang tidak menjijikkan<sup>37</sup>.

### **3. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT 2)***

UTAUT merupakan sebuah model untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi. UTAUT dirumuskan dengan 4 determinan inti dari niat dan penggunaan (intention and usage) yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence, & facilitating conditions. Kemudian masing-masing determinan, berpengaruh terhadap behavioral intention dan use behavior. UTAUT diharapkan dapat menjadi alat yang berguna bagi para manajer yang perlu menilai kemungkinan keberhasilan untuk pengenalan teknologi baru dan membantu mereka memahami drivers penerimaan (acceptance) untuk secara proaktif merumuskan intervensi (termasuk pelatihan/training, pemasaran, dan lain-lain) yang ditargetkan pada populasi pengguna yang mungkin cenderung kurang untuk mengadopsi dan menggunakan sistem baru. Sedangkan, UTAUT2 merupakan perluasan UTAUT untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks

---

<sup>37</sup> Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 1(1).

konsumen dengan menambahkan 3 construct, yaitu hedonic motivation, price value, dan habit<sup>38</sup>.

UTAUT2 merupakan perluasan dari model UTAUT, dimana UTAUT2 adalah model penerimaan pengguna yang sering digunakan peneliti untuk melakukan riset terkait penerimaan teknologi yang berasal dari konteks konsumen. Pada tahun 2012 model UTAUT2 mulai berkembang, menurut Venkatesh, Thong, dan X Xu terdapat tujuh variabel independen diantaranya *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*, serta terdapat dua variabel dependen diantaranya *behavioral intention*, dan *use behavioral*. Penggunaan model UTAUT2 sudah banyak keberhasilan pada penerimaan pengguna *e-money* di beberapa wilayah di Indonesia<sup>39</sup>.

Dibandingkan model UTAUT, model UTAUT2 merupakan model penerimaan teknologi dalam konteks konsumen, sedangkan model UTAUT tertaut dengan penggunaan teknologi dalam konteks organisasi<sup>40</sup>. Sehingga model UTAUT2 lebih relevan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti saat ini dimana dengan model UTAUT2 nantinya akan mengetahui penerimaan teknologi yang diterima oleh konsumen.

#### 4. *Financial Technology (Fitech)*

Fintech syariah adalah kombinasi dari inovasi keuangan dan teknologi dalam proses layanan keuangan dan investasi berdasarkan nilai-nilai ajaran Islam. Meski fintech syariah merupakan inovasi jenis baru, perkembangannya cukup pesat.

---

<sup>38</sup> Jessica, S. P. (2018). Evaluasi Implementasi Binusmaya Menggunakan Model UTAUT2&TRUST.

<sup>39</sup> Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi| Vol, 9(3).

<sup>40</sup> Putri, D. A. (2018, May). Analyzing factors influencing continuance intention of e-payment adoption using modified UTAUT 2 model. In 2018 6th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT) (pp. 167-173). IEEE.

Pada dasarnya dalam Islam terdapat sejumlah aturan yang menjadi acuan yang konsisten terhadap prinsip-prinsip Islam<sup>41</sup>.

Menurut Fadlan pada dasarnya fintech memiliki banyak layanan dan produk yang bermanfaat bagi masyarakat, Bank Indonesia membagi fintech menjadi 4 jenis, yaitu yang pertama *crowdfunding* yaitu penggalangan dana, dimana mengumpulkan sejumlah uang untuk suatu proyek atau usaha oleh beberapa orang dimana proses yang digunakan biasanya secara online; Yang kedua *peer-to-peer lending* yaitu bentuknya berupa utang antar individu dimana peminjam dan pemberi pinjaman dipertemukan melalui platform sebuah perusahaan. Yang ketiga *market aggregator* di kategori ini Fintech sebagai pembanding berbagai produk keuangan dimana Fintech akan mengumpulkan data financial sebagai referensi oleh pengguna. Yang keempat *Risk and Investment Management*, merupakan perencana keuangan berbentuk digital yang akan membantu para pengguna untuk menciptakan *planning* keuangan yang sinkron. Yang kelima *mobile payment / online banking*, yaitu transaksi finansial yang mencakup pembayaran tagihan bulanan, transfer uang, pembayaran belanja di merchant digital, Informasi saldo maupun mutasi rekening, dan masih banyak lagi<sup>42</sup>.

Evolusi yang terjadi dalam inovasi teknologi keuangan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu : kekuatan permintaan (*demand side*) dan kekuatan penawaran (*supply side*). Faktor yang berasal dari sisi permintaan antara lain adalah : Pertama, pergeseran preferensi konsumen yang mempengaruhi permintaan (*demand*) konsumen terhadap inovasi. Akses internet yang mudah dan kemampuan

---

<sup>41</sup> Setiani, D. D., Nivanty, H., Lutfiah, W., & Rahmawati, L. (2020). Fintech syariah: manfaat dan problematika penerapan pada UMKM. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1).

<sup>42</sup> Setiani, D. D., Nivanty, H., Lutfiah, W., & Rahmawati, L. (2020). Fintech syariah: manfaat dan problematika penerapan pada UMKM. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1).

pengguna jaringan internet bertransaksi *real-time* telah mendorong ekspektasi yang tinggi terutama menyangkut kenyamanan, kecepatan, biaya yang lebih murah, dan kemudahan penggunaan layanan keuangan. Selain itu, perubahan preferensi juga terjadi karena pengaruh faktor demografi yang mendorong permintaan, seperti akseptansi yang meningkat dari kelompok yang memang tumbuh dengan teknologi digital (*digital natives*) dan para *millennials*. Kedua, evolusi teknologi. Inovasi teknologi dalam layanan keuangan berkembang dengan pesat dan dengan cara-cara baru serta memanfaatkan model-model bisnis yang berbeda. Sebutlah misalnya model bisnis dengan menggunakan teknologi big data, *Artificial Intelligence* (AI), *machine learning*, *cloud computing* dan *biometrics*. Selain ini, dengan inovasi yang agak berbeda juga telah diterapkan teknologi baru, seperti DLT. Dengan model bisnis dan aplikasi teknologi baru memungkinkan munculnya pemain-pemain baru di sektor jasa keuangan.

Majalah terkenal, *The Economist* (Edisi 9 May 2015) menyebutkan bahwa kemajuan teknologi dalam jasa keuangan ini berpotensi mendemokratisasikan keuangan. Paling tidak kombinasi sejumlah teknologi yang bersamaan dengan perangkat akses yang berada di telapak tangan konsumen, seperti ponsel dan perangkat seluler lainnya yang terhubung ke internet telah menambah dimensi baru bagi dunia digital. Konektivitas yang lebih besar memungkinkan bentuk baru dalam penyediaan layanan. Sementara itu, faktor penggerak dari sisi penawaran adalah perubahan regulasi keuangan dan struktur pasar, terutama paska krisis keuangan global 2008/2009. Perubahan tersebut ditujukan untuk mereduksi risiko terjadinya krisis di masa yang akan datang. Sebutlah misalnya regulasi terkait ketentuan neraca, seperti persyaratan modal yang lebih tinggi dan leverage yang lebih rendah di sektor perbankan untuk menangani risiko yang ditimbulkan oleh aktivitas dan entitas shadow banking, evaluasi ketahanan (*robustness*) rezim resolusi dan pemulihan serta persyaratan

stress test. Kombinasi perubahan berbagai regulasi keuangan tersebut telah menimbulkan banyak perubahan dalam aktivitas keuangan dan yang terkait dengan penetapan harga (*pricing*). Akibatnya perusahaan-perusahaan keuangan tradisional, termasuk bank, didesak untuk menekan biaya dan menggunakan modal secara lebih efisien, sehingga mengurangi aktivitas perusahaan-perusahaan keuangan tersebut. Bahkan ada diantaranya yang menarik diri dari sejumlah aktivitas. Persyaratan modal yang lebih tinggi, misalnya telah mengakibatkan perubahan perilaku sejumlah bank dalam memberikan pinjaman. Hal ini memberikan peluang bagi pemberi pinjaman online untuk mendapatkan traksi dalam penyediaan kredit karena bank mengurangi sejumlah pinjaman berisiko. Selain itu, ada kemungkinan dimana regulasi baru telah menciptakan insentif untuk mengembangkan layanan dan model bisnis baru dengan solusi FinTech<sup>43</sup>.

Menurut Nizar dan Wardhana, et al menyatakan bahwa keberadaan Fintech akan memberikan implikasi pada layanan jasa keuangan bagi para pihak (*stakeholders*) yaitu: 1) Fintech membuka peluang yang lebih besar bagi konsumen dan dunia usaha untuk mengakses jasa keuangan. 2) Fintech selain memberikan manfaat juga berpotensi memberikan risiko. Risiko Fintech yang paling utama yang ditanggung oleh konsumen adalah risiko keamanan. 3) Fintech memiliki potensi unbundling dan merestrukturisasi jasa keuangan yang ada. Keberadaan Fintech bisa memecahkan konsentrasi yang terjadi di pasar keuangan sehingga market share akan terdistribusi antar pesaing yang menawarkan jasa layanan yang sama<sup>44</sup>.

Dimensi terkait implementasi Fintech diantaranya : Manfaat (*benefit*), kemudahan penggunaan (*ease of use*),

---

<sup>43</sup> Nizar, M. A. (2017). Teknologi keuangan (Fintech): Konsep dan implementasinya di Indonesia.

<sup>44</sup> Wardhana, A. Et al (2022). Fintech Innovation: Essence, Position & Strategy. Jawa Barat : CV Media Sains Indonesia. hlm 3-4.

keamanan (*security*), kepercayaan (*trust*), kompatibilitas (*compatibility*), dan kegunaan (*usefulness*)<sup>45</sup>.

### 5. *Performance Expectancy* (Ekspektasi Kinerja)

Venkatesh et al., mendefinisikan *Performance expectancy* sebagai kepercayaan konsumen dalam menggunakan sistem/teknologi dapat memberikan manfaat atau membantu dalam kegiatan sehari-hari<sup>46</sup>.

Indikator yang terdapat pada variabel tersebut menurut Jumadi dan Sfenrianto adalah :

- a. Produktivitas, dimana manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan upaya yang dilakukan saat menggunakan suatu sistem.
- b. Kenyamanan, dimana rasa nyaman yang dirasakan oleh konsumen akan memberikan dampak pada rasa puas sehingga hal tersebut dapat menjadi acuan seseorang untuk menggunakan suatu sistem.
- c. Kecepatan, dimana pada saat menggunakan suatu sistem seorang konsumen akan lebih mempertimbangkan kecepatan yang dirasakan sehingga lebih efisien waktu.

Islam mengajarkan umat muslim untuk meninggalkan perkara yang tidak memiliki manfaat sebagaimana Abu Hurairah radhiyallahu ‘anhu, dari Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam, beliau bersabda,

مِنْ حُسْنِ إِسْلَامِ الْمَرْءِ تَرْكُهُ مَا لَا يَنْفَعُهُ

“Di antara kebaikan Islam seseorang adalah meninggalkan hal yang tidak bermanfaat” (HR. Tirmidzi no.

<sup>45</sup> Ibid., Hlm 4-5.

<sup>46</sup> Arista, A. (2019). Identifikasi Key “Driver” Constructs Penerimaan Pengguna dan Penggunaan Sistem Penilaian Prestasi Kerja PNS Kabupaten Bantul Tahun 2018 Pada Guru SMP Negeri di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Bantul Menggunakan UTAUT2

2317, Ibnu Majah no. 3976. Syaikh Al Albani mengatakan bahwa hadits ini shahih)<sup>47</sup>.

Selain hadis diatas Allah swt. berfirman didalam Al-Qur'an mengenai perilaku yang sia-sia berikut ini :

الَّذِينَ ضَلَّ سَعِيَّهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ يَحْسَبُونَ أَنَّهُمْ

يُحْسِنُونَ صُنْعًا ﴿١٠٤﴾

“(Yaitu) orang yang sia-sia perbuatannya dalam kehidupan dunia, sedangkan mereka mengira telah berbuat sebaik-baiknya”. (QS Al-KahfI :104)

Yakni orang-orang perbuatan yang sesat dan tidak berdasarkan syariat yang ditetapkan, diridhoi dan diterima oleh Allah SWT, sedangkan mereka berkeyakinan bahwa mereka telah berbuat sesuatu dan yakin bahwa mereka diterima dan dicintai<sup>48</sup>.

Dengan demikian *perofmance expectancy* sejalan dengan ayat diatas, dimana konsumen berharap mendapatkan manfaat pada saat menggunakan sistem/teknologi. Sehingga pada variabel tersebut sejalan dengan stariat Oslam sebagaimana yang telah dijelaskan.

## 6. *Effort Expectancy* (Ekspetasi Usaha)

Ekspektasi usaha merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan pada saat menggunakan suatu sistem sehingga dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) dalam melakukan pekerjaannya saat menggunakan sistem tersebut. Dengan bantuan suatu sistem perkejaan yang dilakukan akan lebih

<sup>47</sup> <https://rumaysho.com/2322-meninggalkan-hal-yang-tidak-bermanfaat.htm>

<sup>48</sup> Mu-assah Daur al-Hilaal Kairo, *Tafsir Ibnu Katsiir Jilid 5*, terj oleh M Abdul Ghoffar dan Yazid Abdul Qadir Jawas, (Bogor : Pustaka Imam asy-Syafi'i, 2003) hlm 304.



efektif dan efisien, dengan demikian seseorang akan lebih cepat menyelesaikan suatu pekerjaan<sup>49</sup>.

Indikator yang terdapat pada variabel tersebut menurut Abraham adalah :

- a. Jelas dan mudah dimengerti, dimana dalam sebuah sistem fitur yang ditawarkan tidak membingungkan dan juga tidak sulit untuk dimengerti oleh konsumen pada saat menggunakannya.
- b. Mudah dikembangkan dalam penggunaannya, dimana pada saat menggunakan suatu sistem/teknologi terasa lebih mudah atau lebih cepat.
- c. Mudah digunakan, dimana pada saat menggunakan suatu sistem seorang konsumen tidak mengalami kesulitan dalam menggunakannya.

Sebagaimana Allah swt. berfirman dalam surah Al-Baqarah mengenai kemudahan yang dikehendaki-Nya untuk umat muslim, yaitu :

يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ  
عَلَىٰ مَا هَدَيْنَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

*”Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.”* (QS Al-Baqarah :185).

Imam Ahmad meriwayatkan “Muhammad bin Ja’far memberitahu kami, dari Sya’bah, dari Abu At Tayyah,

---

<sup>49</sup> Saputri, L. G., & Widiastuti, S. W. (2016). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial, Kesesuaian Tugas, dan Kondisi yang Memfasilitasi Pengguna Terhadap Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Pengelola Keuangan Daerah (SIPKD)(Survei pada Pemerintah Daerah Kabupaten Sragen). *Kajian Akuntansi*, 11(2), 103-119

katanya aku pernah mendengar Annas bin Malik berkata sesungguhnya Rasulullah Saw pernah bersabda : “Permudahlah dan jangan kalian mempersulit. Tenangkanlah dan janganlah membuat (orang) lari.” (HR Al Bukhari dan Muslim)<sup>50</sup>.

Dengan demikian *effort expectancy* sejalan dengan ayat tersebut, dimana konsumen mengharapkan kemudahan dalam penggunaan sistem tersebut. Sehingga ayat tersebut relevan dengan maksud dari variabel tersebut.

## 7. *Continuance Intention* (Intensi Kontinuitas)

Niat penggunaan berkelanjutan merujuk pada pelanggan yang terus melakukan pembelian atau menggunakan suatu produk secara berkelanjutan. Secara umum niat penggunaan berkelanjutan merupakan kesetiaan seseorang terhadap produk yang digunakan tersebut. Niat penggunaan berkelanjutan akan memiliki nilai yang tinggi apabila dapat memberikan kepuasan sehingga konsumen merasa nyaman, maka dari itu konsumen akan merasa enggan untuk berpaling kepada merek maupun produk lain<sup>51</sup>.

Indikator yang terdapat pada variabel tersebut menurut Sienatra (2020) diantaranya :

- a. Kesadaran dalam menggunakan, dimana seseorang memiliki kesadaran dalam menggunakan suatu sistem.
- b. Preferensi, dimana kesukaan atau kecenderungan seorang konsumen dalam menggunakan suatu sistem.
- c. Penggunaan berlanjut, dimana seseorang menggunakan sistem secara terus menerus dengan intensitas yang cukup sering.

---

<sup>50</sup> Mu-assah Daur al-Hilaal Kairo, *Tafsir Ibnu Katsiir Jilid 1*, terj oleh M Abdul Ghoffar, (Jakarta : Pustaka Imam asy-Syafi'i, 2003) hlm 350.

<sup>51</sup> Liempapas, I., & Sihombing, S. O. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PENGGUNAAN BERKELANJUTAN: STUDI EMPIRIS PADA MOBILE BANKING BCA. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol, 10(2).

- d. Penggunaan dimasa depan, dimana seseorang akan menggunakan sistem tersebut di kesempatan yang akan datang sebagai alternatif yang dipilih.

Sebagaimana pengertian dari intensi kontinuitas adalah keputusan untuk menggunakan kembali suatu sistem/teknologi, dimana dikhawatirkan apabila seorang konsumen terus menggunakan teknologi tanpa kontrol akan menimbulkan pemborosan. Dimana Allah melarang umat-Nya untuk berlaku boros seperti pada ayat di bawah ini :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ

بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

*“dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”*(QS Al Furqan :67).

Al Hasan Al Bashri mengatakan : “Tidak ada istilah berlebihan dalam berinfaq di jalan Allah.” Iyas bin Mu’awiyah berkata : “Apa yang diperbolehkan dalam (melaksanakan) perintah Allah ta’ala adalah berlebihan (dalam berinfaq.) selainnya bberkata : “Istilah berlebih-lebihan dalam membelanjakan harta hanya untuk maksiat kepada Allah.”<sup>52</sup>.

Dengan demikian ayat tersebut dapat dijadikan peringatan bagi konsumen untuk tidak berlaku boros dalam membelanjakan harta. Sehingga intensi kontinuitas pada pembahasan kali ini diharapkan sebagai niat untuk memanfaatkan suatu sistem teknologi untuk melakukan transaksi namun tidak menjadikannya berlaku boros.

<sup>52</sup> Mu-assah Daur al-Hilaal Kairo, *Tafsir Ibnu Katsiir Jilid 6*, terj oleh M Abdul Ghoffar dan Abu Ihsan al-Atsari, (Bogor : Pustaka Imam asy-Syafi’i, 2004) hlm 29.

## B. Pengajuan Hipotesis

### 1. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap Intensi Kontinuitas

*Performance expectancy* dapat diartikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem dapat membantu mereka mencapai manfaat dalam kinerja pekerjaan mereka menurut Venkatesh et al.,<sup>53</sup>. Sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat kepercayaan seseorang dalam penggunaan suatu sistem dapat memberi kemudahan yang akan menghasilkan keuntungan saat melakukan pekerjaan. Jadi, apabila seseorang merasa dipermudah pada saat menggunakan aplikasi akan meningkatkan kepercayaan yang akan memicu terjadinya penggunaan ulang suatu sistem tersebut.

Beberapa penelitian yang mendukung yaitu pada penelitian milik Achiriani dan Hasbi menyatakan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *behavioral intention*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian milik Charisma yang menyatakan bahwa *performance expectancy* berpengaruh pada *behavioral intention* sebesar 18,2%, dengan nilai *t-statistic* 2,633 > *t-tabel* 2,326 dan *p-value* 0,004 < 0,01. Selain itu, Cristiono dan Brahmana menyatakan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Kemudian Nadhya menyatakan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral Intention*. Lalu penelitian milik Gunawan menyatakan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention*. Amaral dan Watu mengatakan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *continuance intention*.

---

<sup>53</sup> Darson, E. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen yang Berpengaruh Terhadap Niat Meneruskan Penggunaan Sakuku Berbasis Teori UTAUT2*.

Namun Kristi menyatakan bahwa ekspektasi kinerja tidak memiliki pengaruh positif terhadap niat perilaku. Dimana hasil tersebut sejalan dengan penelitian milik Andrianto dalam jurnalnya yang berjudul “Faktor Yang Mempengaruhi *Behavioral Intention* Untuk Penggunaan Aplikasi Dompet Digital Menggunakan Model UTAUT 2” yang menyatakan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh positif terhadap *behavioral Intention*, dimana nilai *t-statistic*  $< 1,98$  dan *path coefficient*  $> 0,05$ . Berdasarkan penjelasan diatas konsumen mungkin akan menggunakan ulang suatu sistem dikarenakan manfaat yang dirasakan cukup membantu dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian maka peneliti menduga adanya pengaruh dari *performance expectancy* terhadap intensi kontinuitas, sehingga hipotesis yang didapatkan sebagai berikut :

**H1 : Performance Expectancy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Kontinuitas**

2. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap Intensi Kontinuitas

*Effort expectancy* sebagai variabel dasar UTAUT didefinisikan sebagai kemudahan pengguna menggunakan teknologi tertentu berdasarkan penelitian milik Venkatesh et al., dan *effort expectancy* memiliki efek positif pada niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi seluler<sup>54</sup>. Jadi dapat disimpulkan bahwa kemudahan yang di rasakan dapat menjadi alasan bagi pengguna untuk melanjutkan penggunaan aplikasi tersebut sehingga semakin mudah penggunaan suatu aplikasi maka seseorang akan berfikir untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Beberapa penelitian yang mendukung yaitu pada penelitian milik Achiriani dan Hasbi menyatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

---

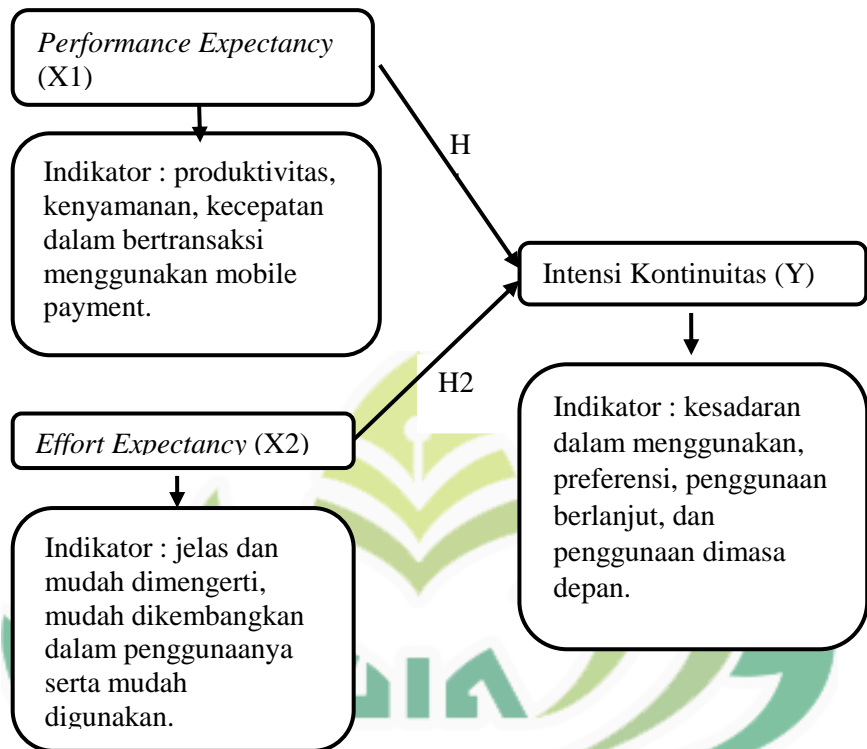
<sup>54</sup> Amaral, M. A. L., & Watu, E. G. C. (2021). *PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE DAN TRUST TERHADAP NIAT BERKELANJUTAN MENGGUNAKAN FDAS PADA MASA PANDEMI COVID-19*. Sebatik, 25(2), 562-570.

variabel *behavioral intention*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian milik Nadhya yang menyatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Selain itu, Amaral dan Watu menyatakan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention*. Kemudian berdasarkan penelitian milik Kumala menyatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dengan nilai signifikansi sebesar 0,012.

Namun pada penelitian milik Kristi menyatakan bahwa ekspektasi usaha tidak memiliki pengaruh positif terhadap niat perilaku. Selain itu, Charisma menyatakan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh sebesar 2,1% namun tidak signifikan meskipun dengan tingkat kepercayaan 90%, dimana nilai *t-statistics*  $0,325 < t\text{-tabel } 1,282$  dan *p-value*  $0,373 > 0,01$ . Hal tersebut sejalan dengan penelitian milik Cristiono dan Brahmana pun mengatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif namun tidak signifikan pada *behavioral intention*. Kemudian Andrianto menyatakan bahwa *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti menduga adanya pengaruh dari *effort expectancy* terhadap intensi kontinuitas, dimana berdasarkan tingkat kemudahan yang dirasakan maka konsumen akan lebih mempertimbangkan dalam penggunaan suatu sistem nantinya. Sehingga demikian peneliti mendapatkan hipotesis sebagai berikut :

**H2 : *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Kontinuitas**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Penjelasan :

- Variabel independen (X1) yaitu *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y) yaitu Intensi Kontinuitas yang membentuk hipotesis 1 (H1)
- Variabel independen (X2) yaitu *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y) yaitu Intensi Kontinuitas yang membentuk hipotesis 2 (H2).





## DAFTAR RUJUKAN

### Rujukan Buku

- Kotler, Philip dan Kotler, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran, Edisi Tiga Belas*. (Jakarta : Erlangga, 2008).
- Kuncoro, M. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis edisi 3*. (Jakarta : Erlangga, 2013)
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Yogyakarta: PANDIVA BUKU, 2016).
- Mu-assah Daur al-Hilaal Kairo, *Tafsir Ibnu Katsiir Jilid 1*, terj oleh M Abdul Ghoftar, (Jakarta : Pustaka Imam asy-Syafi'i, 2003).
- Mu-assah Daur al-Hilaal Kairo, *Tafsir Ibnu Katsiir Jilid 5*, terj oleh M Abdul Ghoftar dan Yazid Abdul Qadir Jawas, (Bogor : Pustaka Imam asy-Syafi'i, 2003).
- Mu-assah Daur al-Hilaal Kairo, *Tafsir Ibnu Katsiir Jilid 6*, terj oleh M Abdul Ghoftar dan Abu Ihsan al-Atsari, (Bogor : Pustaka Imam asy-Syafi'i, 2004).

### Rujukan Jurnal

- Achiriani, M. P. A., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost Terhadap Behavioral Intention Pada Pengguna Dompot Digital Dana Di Indonesia. *eProceedings of Management*, 8(1).
- Afiana, F. N., Subarkah, P., & Hidayat, A. K. (2019). Analisis Perbandingan Metode TAM dan Metode UTAUT 2 dalam Mengukur Kesuksesan Penerapan SIMRS pada Rumah Sakit Wijaya Kusuma DKT Purwokerto. *MATRIK: Jurnal Manajemen, Teknik Informatika dan Rekayasa Komputer*, 19(1), 17-26.

- Alwi, I. (2015). Kriteria empirik dalam menentukan ukuran sampel pada pengujian hipotesis statistika dan analisis butir. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 2(2)..
- Amaral, M. A. L., & Watu, E. G. C. (2021). PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE DAN TRUST TERHADAP NIAT BERKELANJUTAN MENGGUNAKAN FDAS PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Sebatik*, 25(2), 562-570.
- Andrianto, A. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model Utaut2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 111-122.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Arista, A. (2019). Identifikasi Key “Driver” Constructs Penerimaan Pengguna dan Penggunaan Sistem Penilaian Prestasi Kerja PNS Kabupaten Bantul Tahun 2018 Pada Guru SMP Negeri di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Bantul Menggunakan UTAUT2.
- Cahyono, A. S. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia.
- Christiono, D. I. (2018). *Analisis Pengaruh Performance Expectancy Dan Effort Expectancy Terhadap Behavioral Intention Pada Online Marketplace. Agora*, 6(2).
- Darson, E. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen yang Berpengaruh Terhadap Niat Meneruskan Penggunaan Sakuku Berbasis Teori UTAUT2*.
- Data, T. P. (2015). Instrumen Penelitian. Kisi-Kisi Instrumen.
- Gunawan, C. F. (2019). Pengaruh Performance Expectancy Dan Social Influence Terhadap Behavioral Intention Di Aplikasi Hijabenka. *Agora*, 7(2).

- Handayani, tati dan Fathoni, M.A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Deepublish.
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi*| Vol, 9(3).
- Ispriandina, A., & Sutisna, M. (2019, August). *Faktor-faktor penerimaan teknologi yang mempengaruhi intensi kontinuitas penggunaan mobile wallet di Kota Bandung*. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 1046-1055)..
- Jessica, S. P. (2018). Evaluasi Implementasi Binusmaya Menggunakan Model UTAUT2&TRUST.
- Latan, H., & Ramli, N. A. (2013). *The results of partial least squares-structural equation modeling analyses (PLSSEM)*.
- Liempepas, I., & Sihombing, S. O. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PENGGUNAAN BERKELANJUTAN: STUDI EMPIRIS PADA MOBILE BANKING BCA. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*| Vol, 10(2).
- Mayanti, R. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Uset Terhadap Penerapan *Quick Response* Indonesia Standard sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 123-135
- Maleha, N. Y. (2016). Manajemen Bisnis dalam Islam. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 1(2), 43-54.
- Meividaryani, E. (2020). *Analisis Akad Syariah Terkait Praktik Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek*.
- Nizar, M. A. (2017). Teknologi keuangan (Fintech): Konsep dan implementasinya di Indonesia.
- Putri, D. A. (2018, May). Analyzing factors influencing continuance intention of e-payment adoption using modified UTAUT 2 model. In *2018 6th International Conference on Information*

and Communication Technology (ICoICT) (pp. 167-173).  
IEEE.

- Saputri, L. G., & Widiastuti, S. W. (2016). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial, Kesesuaian Tugas, dan Kondisi yang Memfasilitasi Pengguna Terhadap Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Pengelola Keuangan Daerah (SIPKD)(Survei pada Pemerintah Daerah Kabupaten Sragen). *Kajian Akuntansi*, 11(2), 103-119
- Setiadi, N. J. (2003). *PERILAKU KONSUMEN: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan keinginan Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP.
- Setiani, D. D., Nivanty, H., Lutfiah, W., & Rahmawati, L. (2020). Fintech syariah: manfaat dan problematika penerapan pada UMKM. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1).
- Sienatra, K. B. (2020). Dampak persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap fintech continuance intention pada generasi milenial di Surabaya.
- Sudarsono, Heeri. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Wardhana, A. Et al (2022). *Fintech Innovation: Essense, Position & Strategy*. Jawa Barat : CV Media Sains Indonesia.
- Widyanto, A., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Hedonic Motivation, Price Value Terhadap Purchase Intention Pada Shopee. co. id. *eProceedings of Management*, 8(2).
- Zada, C., & Sopiana, Y. (2021). *Penggunaan E-Wallet Atau Dompot Digital Sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah*. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 4(1), 251-268.
- Zuliansyah, A., Pratomo, D., & Supriyaningsih, O. (2022). The Role of Financial Technology (Fintech) in ZIS Management to

Overcome Poverty. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 5(1), 203-224.

### **Rujukan Website**

Desy Setyowati, "Transaksi Tembus Rp 89,5 Triliun, Pengguna Aktif GoPay Terbanyak di RI," Katadata.co.id, 2019, <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a50396948f/transaksi-tembus-rp-895-triliun-pengguna-aktif-gopay-terbanyak-di-ri>

Dob. CNBC Indonesia, "Takut Transaksi Digital? QRIS Jawabannya," cncbindonesia.com, 2020, <https://www.cncbindonesia.com/news/20200703080350-4-169900/takut-transaksi-digital-qris-jawabannya>

Fahmi Ahmad Burhan dan Yuliatwati, "Transaksi Gojek Tumbuh 10\$ dan Gopay Naik 2 kali Lipat di Masa Pandemi," dari katadata.co.id, 2021, <https://katadata.co.id/yuliatwati/digital/5fad26a3c2db7/transaksi-gojek-tumbuh-10-gopay-naik-2-kali-lipat-di-masa-pandemi>

Ferrika Sari dan Wahyu T. Rahmawati, "Gopay Fokus Memperluas Layanan di Tahun Ini," keuangan.kontan.co.id, 2021, <https://keuangan.kontan.co.id/news/gopay-fokus-memperluas-layanan-di-tahun-ini>

<https://rumaysho.com/2322-meninggalkan-hal-yang-tidak-bermanfaat.htm>

Indri Setiawati, "Gojek Sangat Tidak Menghargai Pelanggan Atas Masalah Dengan Akun Saya," MediaKonsumen.com, 2022, <https://mediakonsumen.com/2021/09/25/surat-pembaca/gojek-sangat-tidak-menghargai-pelanggan-atas-masalah-dengan-akun-saya>

Liberty Jemadu, "Setelah 11 Tahun Berkiprah Aplikasi Gojek Sudah Diunduh 190 Juta Kali," Suara.com, 2022, <https://www.suara.com/tekno/2021/10/27/161159/setelah-11-tahun-berkiprah-aplikasi-gojek-sudah-diunduh-190-juta-kali>

Mohamad Nur Utomo, “Penerapan E-Money Dalam Perspektif Syarath Islam,” Fokusbornea.cpm, 2020, <https://fokusborneo.com/opini/2020/06/29/penerapan-e-money-dalam-perspektif-syariah-islam/>

Samuel Gustom, “Pelayanan Buruk CS Gojek, Laporan Ditutup Sepihak Tanpa Solusi,” mediakonsumen.com, 2022, <https://mediakonsumen.com/2021/08/26/surat-pembaca/pelayanan-buruk-cs-gojek-laporan-ditutup-sepihak-tanpa-solusi>

Tim DetikInet, “Duh! PayLater Dibobol, Pelanggan Gopay Tetap Suruh Bayar Tagihan,” inet.detik.com, 2021, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5729643/duh-paylater-dibobol-pelanggan-gopay-tetap-suruh-bayar-tagihan>

Tim Redaksi Katadata, “Fokus Bisnis Gojek ke Depan Move People, Things, Money – Andre Soelistyo.” Katadata.co.id, 2021, <https://katadata.co.id/ameidyonasution/indepth/6066a03295ede/fokus-bisnis-gojek-ke-depan-move-people-things-money>

Zubi Mahrofi dan Risbiani Fardaniah, “Survei: GoPay Pimpin Pasar E-money.” Antaranews.com, 2021, <https://m.antaranews.com/berita/1977726/survei-gopay-pimpin-pasar-e-money>