

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, PERSEPSI MANFAAT, DAN  
KUALITAS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP  
MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN  
*E-WALLET* SYARIAH LINKAJA PADA  
MASYARAKAT PARE PARE**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2024**

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, PERSEPSI MANFAAT, DAN  
KUALITAS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP  
MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN  
E-WALLET SYARIAH LINKAJA PADA  
MASYARAKAT PARE PARE**



**OLEH**

**ANDI NURFADILAH  
NIM: 2020203862201043**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Akuntansi (S.Tr. Ak)  
Pada Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2024**

### PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-wallet* Syariah LinkAja Pada Masyarakat Parepare

Nama Mahasiswa : Andi Nurfadilah


Nomor Induk Mahasiswa : 2020203862201043

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah


Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
B.5289/In.39/FEBI.04/PP.00.9/09/2023

Disetujui oleh

Pembimbing Utama : Dr. Nurfadhilah, S.E., M.M. 

NIP : 19890608 201903 2 015

Pembimbing Pendamping : Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., MMA. 

NIP : 19880701 201903 1 007

Mengetahui:

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag  
NIP. 19710208 200112 2 002

**PENGESAHAN KOMISI PENGUJI**

Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-wallet* Syariah LinkAja Pada Masyarakat Parepare

Nama Mahasiswa : Andi Nurfadilah

Nomor Induk Mahasiswa : 2020203862201043

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B.5289/In.39/FEBI.04/PP.00.9/09/2023

Tanggal Kelulusan : 30 Juli 2024

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Nurfadilah, S.E., M.M (Ketua) (.....)

Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., MMA (Sekretaris) (.....)

Dr. Hj Syahriyah Semaun, S.E., M.M (Anggota) (.....)

Sahrani, S.Si., M.E., AWP (Anggota) (.....)

Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP. 197102082001122002



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ  
وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Puji Syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang hanya Kepada-Nya kita menyembah dan Kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas limpahan dan taufiq, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, PERSEPSI MANFAAT DAN KUALITAS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN E-WALLET SYARIAH LINKAJA PADA MASYRAKAT PAREPARE”** dengan lancar, Shalawat serta salam kepada Nabi junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW, Khatamun Nabiyyin, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau.

Rasa syukur yang tidak hentinya penulis haturkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda tercinta Nurhayati dan Ayahanda Andi Ahkan yang senantiasa memberi semangat, nasihat dan doanya. Berkat merekalah sehingga penulis selalu semangat dan berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pikiran dari berbagai pihak terutama pembimbing yaitu Ibu Dr.Nurfadhilah, S.E, M.M selaku pembimbing utama I dan Bapak Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., MMA selaku pembimbing II atas segala bantuan dan bimbingannya yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini, saya ucapkan banyak terimakasih.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi (S. Tr.Ak) pada Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, Oleh karena itu, penulis mengucapkan ribuan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektorat IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah yang tiada henti memberikan arahan dan motivasi kepada kami
4. Ibu Penguji Dr. Hj Syahriyah Semaun, S.E., M.M dan Sahrani, S.Si., M.E., AWP yang telah meluangkan waktu dalam membimbing penulis selama studi di IAIN Parepare
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
6. Kepada perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama studi di IAIN Parepare terutama dalam penyusunan skripsi ini.
7. Jajaran staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu melalui dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi
8. Kepada Masyarakat Parepare yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian dan telah memberikan bahan informaso dalam proses penyusunan skripsi
9. Kakak Sepupu saya Syahruni Musni, S. Pd serta sahabat saya Sikra dan Syahruni Rasyid yang senang hati saling membantu dan saling berbagi ilmu dalam menyelesaikan penelitian.

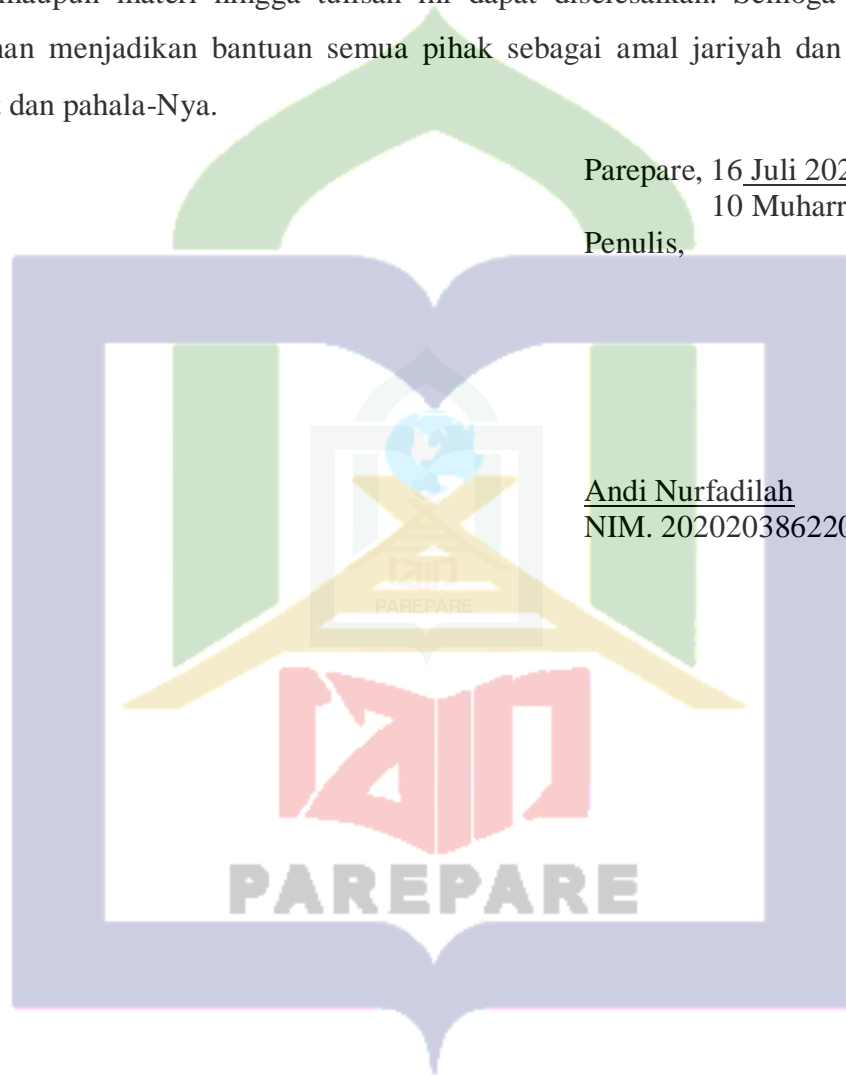
10. Semua teman-teman senasib dan seperjuangan Prodi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah angkatan 2020 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang memberikan semangat dan dukungan selama studi di IAIN Parepare

Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materi hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT. Berkenan menjadikan bantuan semua pihak sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Parepare, 16 Juli 2024  
10 Muharram 1446 H

Penulis,

Andi Nurfadilah  
NIM. 2020203862201043



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Andi Nurfadilah  
NIM : 2020203862201043  
Tempat/ Tanggal Lahir : Pinrang/ 28 Mei 2002  
Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* Syariah Linkaja Pada Masyarakat Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudia hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sbagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh kerenanya batal demi hukum.

Parepare, 16 Juli 2024  
10 Muharram 1446 H  
Penulis,

Andi Nurfadilah  
NIM. 2020203862201043

## ABSTRAK

Andi Nurfadilah. *Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-wallet Syariah LinkAja pada Masyarakat Parepare* (dibimbing oleh Ibu Nurfadilah dan Bapak Muhammad Majdy Amiruddin)

Latar belakang penelitian ini didasari oleh kurang meningkatnya penggunaan *e-wallet* di kalangan Masyarakat Parepare, dibanding dengan *e-wallet* non syariah, hal ini menarik perhatian, mengingat mayoritas masyarakat Parepare adalah muslim. maka dari itu peneliti perlu mengkaji lengkap kalimat mengenai faktor-faktor Masyarakat Parepare mengenai minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah terkhusus di faktor pengetahuan produk, persepsi manfaat, dan kualitas sistem informasi akuntansi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja pada Masyarakat Parepare. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan dan pendekatan asosiatif, yang bertujuan untuk mencari hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan Rumus Cochran sehingga menghasilkan 96 Responden, Sedangkan teknik pengumpulan data memakai metode observasi dan angket (kuesioner) menggunakan google form dan diolah menggunakan SPSS versi 29. Adapun teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: Uji t (Parsial) nilai sig untuk variabel X1 (Pengetahuan Produk)  $0,041 < 0,05$  dan nilai t hitung  $1,906 >$  nilai t tabel  $1,661$ , maka  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_1$  diterima dan nilai sig X2 (Persepsi Manfaat)  $0,785 > 0,05$  dan nilai t hitung  $0,272 <$  nilai t tabel  $1,661$ ,  $H_0$  diterima sedangkan  $H_2$  ditolak dan nilai sig X3 (Kualitas Sistem Informasi Akuntansi)  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung  $4,945 >$  nilai t tabel  $1,661$ , maka  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_3$  diterima disimpulkan terdapat pengaruh variabel X1 dan X3 terhadap variabel Y, dan tidak terdapat pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y. Uji F (Simultan), nilai F hitung  $56,947 >$  nilai F tabel  $2,70$ , maka  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_4$  diterima, dapat disimpulkan terdapat pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y secara bersama-sama (simultan). Uji R2 (Koefisien Determinasi) diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 63,9% artinya Minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah Link dapat dijelaskan oleh variabel Pengetahuan produk, persepsi manfaat dan kualitas sistem informasi akuntansi sedangkan sisanya 36,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci:** *Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Kualitas Sistem Informasi Akuntansi, Minat Menggunakan E-Wallet Syariah*



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR .....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN .....	xvi
BAB PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kegunaan Penelitian .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
A. Tinjauan Penelitian Relevan .....	13
B. Tinjauan Teori .....	26
C. Karangka Pikir .....	47

D. Hipotesis .....	48
BAB III METODE PENELITIAN .....	49
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	49
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	50
C. Populasi dan Sampel .....	50
D. Definisi Operasional Variabel .....	51
E. Jenis dan Sumber Data .....	55
F. Teknik dan Instrument Pengumpulan Data .....	56
G. Teknik Analisis Data .....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	66
A. Deskripsi Hasil Penelitian .....	66
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data .....	82
C. Pembahasan penelitian .....	107
BAB V PENUTUP .....	117
A. Simpulan .....	117
B. Saran .....	118
DAFTAR PUSTAKA .....	I
LAMPIRAN .....	VIII

## DAFTAR TABEL

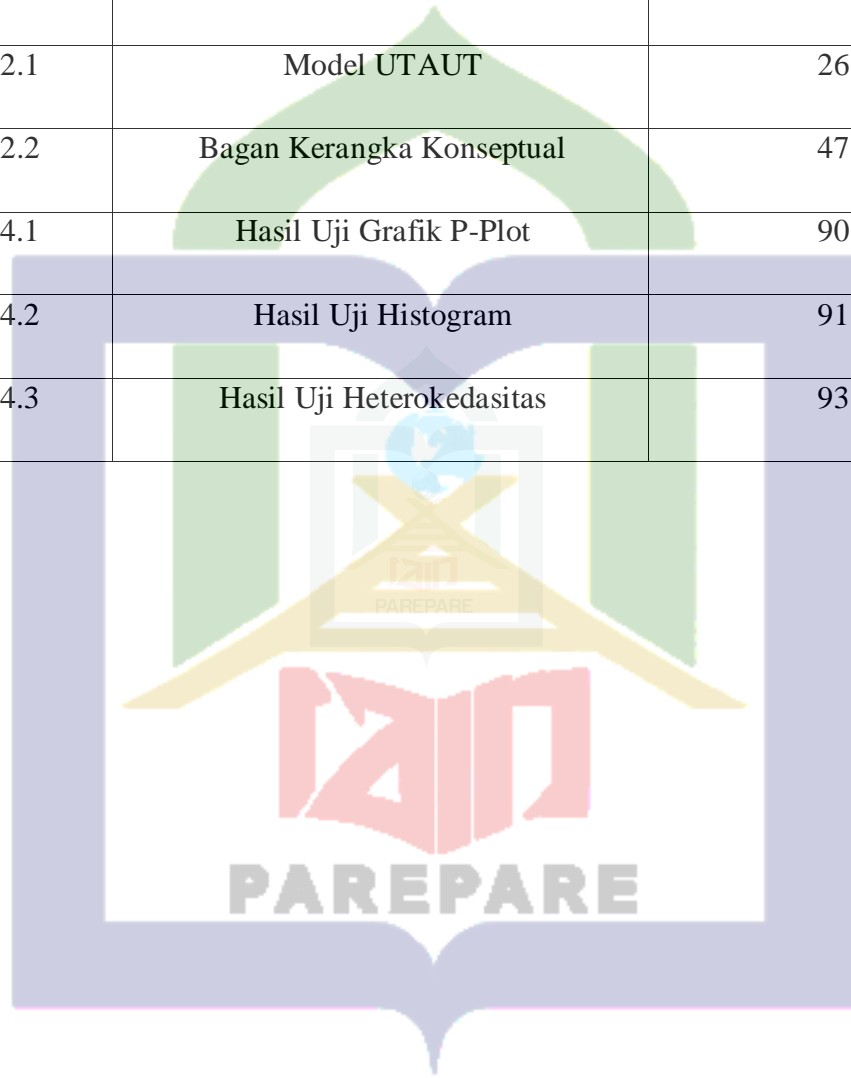
No.Tabel	Judul Tabel	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	20
3.1	Operasional Variabel	53
3.2	Skala Likert	58
3.3	Koefisien Korelasi	63
4.1	Jenis Kelamin	66
4.2	Usia	67
4.3	Asal	67
4.4	Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel X1	68
4.5	Hasil Data Instrumen Untuk Variabel X1	71
4.6	Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel X2	71
4.7	Hasil Data Instrumen Untuk Variabel X2	74
4.8	Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel X3	75
4.9	Hasil Data Instrumen Untuk Variabel X3	78
4.10	Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Y	79
4.11	Hasil Data Instrumen Untuk Variabel Y	81
4.12	Hasil Statistik Deskriptif	82
4.13	Hasil Uji Validitas Variabel X	86
4.14	Hasil Uji Validitas Variabel Y	87
4.15	Hasil Uji Reliabilitas	88
4.16	Hasil Uji Normalitas	89
4.17	Hasil Uji Multikoloneritas	92
4.18	Skor Klasifikasi	94

4.19	Hasil Uji <i>One Sample T-Tes</i>	95
4.20	Hasil Uji Korelasi Person Product Moment	99
4.21	Hasil Uji Korelasi	100
4.22	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	101
4.23	Hasil Uji T	103
4.24	Hasil Uji F	106
4.25	Hasil Uji Koefisien Determinasi	107



## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
1.1	Aplikasi <i>E-wallet</i>	4
2.1	Model UTAUT	26
2.2	Bagan Kerangka Konseptual	47
4.1	Hasil Uji Grafik P-Plot	90
4.2	Hasil Uji Histogram	91
4.3	Hasil Uji Heterokedasitas	93





## Daftar Lampiran

No Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Surat Penetapan Pembimbing	IX
Lampiran 2	Berita Acara Revisi Judul	X
Lampiran 3	Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Iain Parepare	XI
Lampiran 4	Surat Rekomendasi Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare	XII
Lampiran 5	Instrumen Penelitian	XII
Lampiran 6	Data Responden	XIX
Lampiran 7	Hasil SPSS 29	XXV
Lampiran 8	Dokumentasi Penelitian	XXXI

## TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

### Transliterasi

#### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda ("").

1. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
أَوْ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : Kaifa

حَوْلَ : Haula

c. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
------------------	------	-----------------	------

نا / نِي	Fathah dan Alif atau ya	A	a dan garis di atas
يِي	Kasrah dan Ya	I	i dan garis di atas
وُو	Kasrah dan Wau	U	u dan garis di atas

Contoh :

مات : māta

رمى : ramā

قيل : qīla

يموت : yamūtu

#### d. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*



e. *Syaddah (Tasydid)*

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعْمٌ : *nu‘ima*

عُدُوٌّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

f. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata

sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i> )
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

#### g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٍ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>Umirtu</i>

#### h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila

kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Fī zilāl al-qur'an*

*Al-sunnah qabl al-tadwin*

*Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab*

i. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ

*Dīnillah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

*Hum fī rahmatillāh*

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal

kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-).

Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an*

*Nasir al-Din al-Tusī*

*Abū Nasr al-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

*Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)*

*Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan:Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)*

### A. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt.	=	<i>subḥānahū wa ta‘āla</i>
saw.	=	<i>şallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi

SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
بن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.



- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia, dan tingginya jumlah penduduk ini juga menjadi faktor penting dalam meningkatnya adopsi teknologi, termasuk penggunaan dompet elektronik atau *E-wallet* sebagai metode pembayaran non-tunai yang semakin populer<sup>1</sup>. Kemajuan teknologi saat ini telah memudahkan kehidupan manusia dan mendorong aktivitas masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi akan memudahkan pengguna melakukan pembelian mulai dari sistem pembayaran tunai hingga non tunai, dan kebutuhan serta gaya hidup masyarakat dapat menjadi sasaran ekonomi digital ketika menggunakan e-wallet elektronik yang ada.<sup>2</sup> Sebelum hadirnya perkembangan teknologi, transaksi dilakukan oleh penjual dan pembeli dengan pertemuan langsung dan menggunakan uang tunai atau cash. Sekarang antara penjual dan pembeli ketika hendak melakukan transaksi tidak harus bertemu secara langsung, melainkan bisa dilakukan melalui handphone, tidak perlu membawa uang tunai namun dengan dorongan teknologi yang bermodalkan hanya melihat layar handphone segala jenis

---

<sup>1</sup> Bakhtiar Tijjang, Nurfadhilah, and Pandi Putra, "The Service Quality Effect Towards the Customer Satisfaction of Bank in Indonesia," *Valid Jurnal Ilmiah* 18, no. 1 (2021): 56–62.

<sup>2</sup> Yuliani Dwi Rahmawati et al., "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng," *Econbank* 2, no. 2 (2020): 157–68.

transaksi seperti jual beli, transfer, meminjamkan uang dan lainnya dapat dilakukan lebih mudah dan cepat.

Dompot elektronik atau *e-wallet* adalah teknologi yang memungkinkan Anda menyimpan dana, melakukan pembayaran elektronik, dan mencatat semua transaksi yang dilakukan. *E-wallet* memungkinkan orang membawa uang mereka dengan lebih nyaman dan menghilangkan kebutuhan untuk pergi ke ATM untuk bertransaksi. Tujuan dari dompet elektronik adalah untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi ekonomi, terutama transaksi yang bernilai kecil.

Sektor Ekonomi Syariah, Pemerintah Indonesia sendiri di dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 menjadikan penguatan ekonomi digital sebagai salah satu agenda utama pengembangan ekonomi syariah. Dua sub sektor yang menjadi indikator evaluasi pertumbuhan di sektor ekonomi digital adalah *e-commerce* dan *fintech (Financial Technology)*, namun yang tidak kalah pentingnya adalah tools lain yang bisa membuat sub sektor tersebut berjalan dengan baik, yaitu *E-wallet* atau dompet digital yang berbasis *E-Money*.

*E-wallet* Syariah LinkAja adalah salah satu inovasi terbaru dalam industri keuangan syariah yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Muslim yang ingin melakukan transaksi secara syariah. LinkAja menawarkan berbagai fitur yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti pembayaran tanpa riba (bunga) dan investasi yang halal.

LinkAja dirintis oleh gabungan BUMN yang diantaranya adalah empat bank besar yakni Mandiri, BNI, BRI, dan BTN<sup>3</sup> Ternyata teknologi tersebut dikembangkan

---

<sup>3</sup> Uswatun Hasanah et al., "Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) Pada Layanan Syariah LinkAja," *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains* 10, no. 1 (2021): 93–107

oleh PT, salah satu perusahaan fintech. Fintek Karya Nusantara telah diakui oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sejak 9 September 2019 dan telah memperoleh Sertifikat Kepatuhan Syariah dan Fatwa MUI No. 116/DSN-MUI/IX/ tentang Uang Elektronik Syariah 2017<sup>4</sup>.

LinkAja adalah sebuah *e-wallet* yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan transaksi finansial masyarakat muslim yang mengikuti prinsip-prinsip Syariah. Dalam konteks ini, prinsip Syariah meliputi larangan riba, larangan spekulasi, dan pematuhan terhadap prinsip keadilan dalam bertransaksi. LinkAja Syariah menyediakan berbagai fitur dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip ini, seperti pembayaran zakat, pembayaran tagihan yang bebas riba, dan investasi yang halal.

Layanan Syariah LinkAja juga didasarkan pada beberapa prinsip dasar, yaitu penempatan dana bekerja sama dengan sejumlah bank syariah, mengaplikasikan tata cara transaksi yang sesuai dengan kaidah syariah, dan penerimaan disemua merchant LinkAja. Selain itu, 6 Layanan Syariah LinkAja juga menawarkan beragam produk yang sesuai dengan akad syariah dengan tidak ada unsur maisyir (judi), gharar (ketidakjelasan), riba (tambahan) dalam bahasa Arab berarti tambahan atau bahkan sedikit dari jumlah pokok yang dipinjamkan<sup>5</sup>, zalim, dan barang tidak halal<sup>6</sup>

---

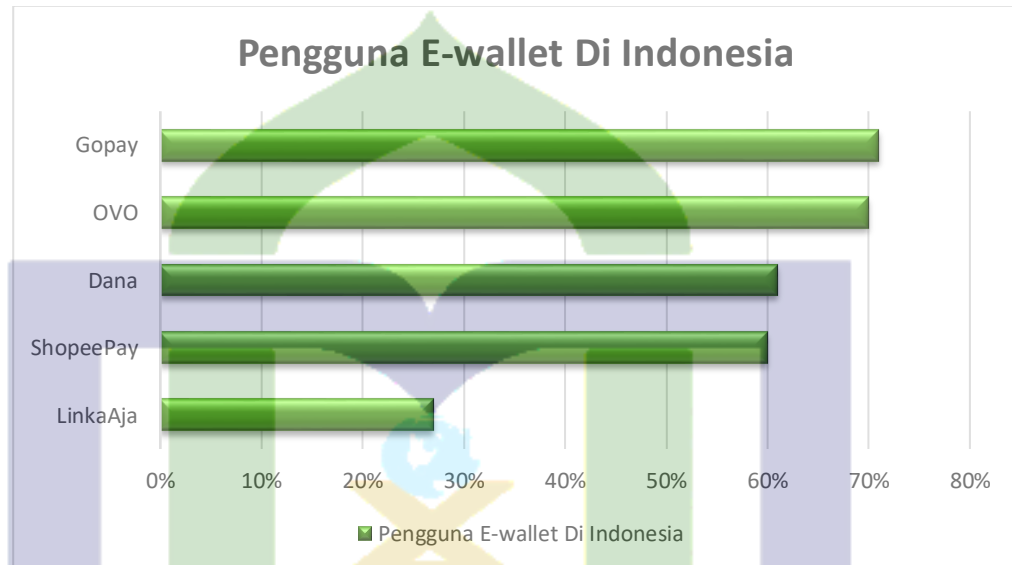
<sup>4</sup> Irma Andriyaningtyas, Muhammad Adam, and Sri Herianingrum, "Penerimaan *E-wallet* Syariah Linkaja Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Digital Di Indonesia," *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 5, no. 4 (2022)

<sup>5</sup> Muhammad Majdy Amiruddin, Nasrullah Bin Sapa, and Abdul Syatar, "Uncovering Wasathiyah Values On Sharia Banking," *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2020): 15, <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v4i2.14676>.

<sup>6</sup> Fityan Ahlshufah Sinatrya, *Analysis Of Factors Affecting Interest In Using Linkaja Syariah In Daerah Istimewa Yogyakarta*, 2021. Hal 6

Perkembangan *e-wallet* di Indonesia tahun 2023 dapat dilihat pada bagan berikut ini

**Gambarr 1.1**  
**Aplikasi *E-wallet* terbesar di Indonesia tahun 2023**



*Sumber: Industry Outlook 2023 dari Insight Asia*<sup>7</sup>

Berdasarkan Industry Outlook 2023 Insight Asia dari survei terhadap 1.300 orang, LinkAja merupakan salah satu aplikasi e-wallet terpopuler di Indonesia dan masuk dalam peringkat 5 besar aplikasi e-wallet dengan pengguna terbanyak. Sehubungan dengan artikel berita bisnis dan aplikasi e-wallet, LinkAja Wallet mengalami peningkatan transaksi di sektor ritel sebesar 70% pada Juni 2023, mencapai 90 juta pengguna terdaftar.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Progres Kepahiang, "Ini Daftar Dompok Digital Dengan Pengguna Terbanyak 2023 Versi Insight Asia," (diakses pada tanggal 28 November 2023)

<sup>8</sup> Kabar Bisnis "Hingga juni 2023, LinkAja catat 90 juta pengguna terdaftar" kabar bisnis, 26 Juli 2023, <https://www.kabarbisnis.com/read/28119964/hingga-juni-2023-linkaja-catat-90-juta-pengguna-terdaftar>

Walaupun posisi LinkAja syariah masuk dalam top 5 aplikasi *e-wallet* yang sering digunakan di Indonesia, namun LinkAja masih menduduki posisi paling bawah diantara 5 besar aplikasi *e-wallet* lainnya yang tidak atau belum menerapkan prinsip syariah dalam transaksinya. Ini juga selaras dengan kondisi masyarakat di Kota Parepare yang belum banyak menggunakan aplikasi *e-wallet* linkAja. Ini dibuktikan dengan hasil wawancara singkat yang dilakukan oleh beberapa warga parepare yang mengatakan bahwasannya belum mengadopsi aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja karena salah satu alasan utama kurangnya adopsi *e-wallet* di kalangan masyarakat Parepare adalah kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang produk tersebut. Sebagian besar penduduk, terutama yang lebih tua atau kurang terampil dalam teknologi, mungkin merasa canggung atau tidak nyaman dengan konsep baru ini. Selain itu, mereka mungkin belum sepenuhnya yakin dengan keamanan dan kehalalan syariah dari *e-wallet* tersebut.

Indonesia adalah negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia dan memiliki potensi basis pengguna layanan keuangan berbasis syariah yang sangat besar. Namun, tantangan besar masih dihadapi dalam peluncuran e-wallet Syariah LinkAja.

Menarik untuk mengkaji lebih lanjut fenomena ini untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya tingkat penetrasi e-wallet Syariah LinkAja di Indonesia. Pengetahuan produk menjadi faktor kunci untuk semakin meningkatkan minat pengguna dalam menggunakan e-wallet Syariah LinkAja.

Pengetahuan produk merupakan perubahan perilaku individu melalui proses yang dipengaruhi oleh dorongan, stimulan, instruksi, reaksi, dan penguatan dari pengalaman hidup. Dalam menggunakan produk, apabila pengetahuan yang dimiliki pengguna tentang suatu produk semakin tinggi, maka konsumen akan memiliki

kemampuan semakin tinggi dalam menggunakan suatu produk<sup>9</sup> Pengetahuan produk merujuk pada pemahaman konsumen mengenai fitur, fungsi, dan keunggulan suatu produk. Dalam konteks e-wallet syariah, ini meliputi pemahaman mengenai cara kerja *e-wallet* tersebut, bagaimana *e-wallet* ini sesuai dengan prinsip syariah (misalnya, bebas riba dan transaksi yang transparan), serta fitur-fitur tambahan yang mungkin ditawarkan, seperti zakat online atau fitur sedekah.

Pengetahuan mengenai produk sangat krusial karena mempengaruhi kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan. Ketika seseorang memiliki pemahaman yang mendalam tentang suatu produk, cenderung mereka akan lebih hati-hati dan teliti dalam menentukan apakah akan mengadopsi atau menggunakan produk tersebut. Sebelum memutuskan untuk menggunakan E-wallet syariah LinkAja, konsumen umumnya akan melakukan pertimbangan terlebih dahulu tentang manfaat yang akan diperoleh dari penggunaannya.<sup>10</sup> Hal ini didukung oleh penelitian Azma Nadhilah dan Nurul Hasanah menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja<sup>11</sup>. Dan penelitian yang dilakukan oleh Yusak Agustiano Mulyo menemukan bahwa pengetahuan produk secara parsial dan simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Yusak Agustianto Mulyo, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Pengetahuan Produk Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet: Study Pada Go-Pay,” *Management*, no. 2016 (2019): 1–63.

<sup>10</sup> Muhammad Naufa Izza, *Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Pengaruh Sosial, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet DANA (Studi Pada Pengguna E-wallet DANA Di Kota Kudus)*, *Journal Information*, vol. 10, 2021.

<sup>11</sup> Azma Nadhilah and Nurul Hasanah, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja Pada Generasi Z Di Kota Bekasi),” *Prosiding SNAM PNJ*, 2022, 1–12.

<sup>12</sup> Mulyo, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Pengetahuan Produk Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet: Study Pada Go-Pay.”



Selain pengetahuan produk, minat individu dalam penggunaan *e-wallet* syariah LinkAja mampu diukur menggunakan teori yang dapat mendeksripsikan tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi. Persepsi manfaat menjadi salah satu faktor penentu penggunaan *e-wallet*. Persepsi manfaat merupakan tingkatan dimana pengguna percaya, bahwa dengan menggunakan teknologi atau sistem akan meningkatkan kinerja mereka dalam bekerja, menggunakan *e-wallet* memberikan transaksi yang mudah, cepat dan kepraktisan dalam melakukan transaksi, disebabkan karena pelanggan tidak perlu menyiapkan uang pas untuk membayar, persepsi manfaat menjadi faktor penghambat. Untuk *e-wallet* syariah, manfaat yang dirasakan bisa berupa kemudahan dalam bertransaksi tanpa harus membawa uang tunai, keamanan transaksi, kemudahan dalam melakukan donasi atau pembayaran zakat, serta ketenangan batin karena semua transaksi dilakukan sesuai dengan prinsip syariah. Bagi sebagian masyarakat Parepare, penggunaan *e-wallet* mungkin dianggap sebagai hal yang kurang mendesak atau tidak memberikan manfaat yang signifikan dibandingkan dengan cara konvensional. Mereka mungkin merasa bahwa menggunakan uang tunai atau transfer bank sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan transaksi mereka. Hal ini didukung oleh penelitian Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana yang menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan kepuasan menggunakan layanan LinkAja Syariah.

Persepsi manfaat penggunaan *e-wallet* syariah LinkAja merupakan faktor penting yang memengaruhi minat seseorang untuk melakukan transaksi menggunakan platform ini. Jika individu menganggap bahwa *e-wallet* ini memberikan manfaat yang signifikan dan mudah digunakan, maka mereka lebih cenderung untuk menggunakan *e-wallet* tersebut secara aktif. Hal ini didukung oleh penelitian Findy meileny dan Tri Indra Wijaksana menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan



signifikan terhadap minat dan kepuasan menggunakan Layanan Syariah LinkAja<sup>13</sup>. Dan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Farid Iffat dan Ayu Chairina Laksmi menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*<sup>14</sup>

Selain itu, Sistem informasi Akuntansi juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat Individu untuk menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja. Integrasi antara *e-wallet* syariah LinkAja dan sistem informasi Akuntansi dapat memudahkan pencatatan transaksi, pemantauan keuangan, dan pelaporan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, yang merupakan hal penting bagi individu dalam manajemen keuangan. kualitas sistem informasi akuntansi dari *e-wallet* yang tersedia juga dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakannya. Jika mereka merasa bahwa sistem tersebut kurang andal, kurang aman, atau sulit digunakan, mereka mungkin enggan untuk beralih dari metode pembayaran yang sudah mereka kenal dan percayai. Hal ini didukung oleh penelitian Mayzatul Azniza dan Delori Nancy Meyla menyatakan bahwa Sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh terhadap penggunaan teknologi keuangan dalam program-program dompet digital seperti DANA, OVO, GOPAY, dan Link Aja.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Findy Meileny and Tri Indra Wijaksana, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia,” *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis* 4, no. 2 (2020): 200–209,

<sup>14</sup> Muhammad Farid Iffat and Ayu Chairina Laksmi, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompet Elektronik Di Kota Medan,” *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance* 5, no. 2020 (2023): 441–49, <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art50>.

<sup>15</sup> Mayzatul Azniza and Delori Nancy Meyla, “Pengaruh Fitur Layanan Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Penggunaan Financial Technology Pada Aplikasi Dompet Digital (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Ekasakti),” *Ekasakti Pareso Jurnal Akuntansi* 1, no. 2 (2023): 104–11

Penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap literasi keuangan syariah masyarakat Parepare. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan e-wallet syariah LinkAja, maka dapat diidentifikasi strategi yang efektif untuk meningkatkan penggunaan e-wallet syariah dan pemahaman prinsip keuangan syariah. Dengan semakin banyaknya masyarakat yang mengenal dan memahami manfaat e-wallet, serta didukung oleh infrastruktur dan regulasi yang memadai, minat dan volume transaksi digital di Parepare diprediksi akan terus meningkat. Penelitian lebih lanjut mengenai adopsi dan penggunaan e-wallet syariah di Parepare dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan membantu mengidentifikasi area yang memerlukan pengembangan lebih lanjut. meskipun potensi dan manfaat dari penggunaan *e-wallet* dapat dilihat secara jelas, masih ada sejumlah faktor yang menghalangi masyarakat Parepare untuk mengadopsinya. Untuk meningkatkan adopsi *e-wallet* di kalangan masyarakat parepare, perlu dilakukan pendekatan yang lebih terarah dalam meningkatkan pengetahuan, mengubah persepsi, dan meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-wallet* Syariah LinkAja pada Masyarakat Parepare”

## B. Rumusan Masalah

1. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat bertransaksi *e-wallet* syariah LinkAja pada Masyarakat parepare?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat bertransaksi *e-wallet* syariah LinkAja Pada Masyarakat parepare?
3. Apakah sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap minat bertransaksi *e-wallet* syariah LinkAja pada Masyarakat parepare?
4. Apakah pengetahuan produk, persepsi manfaat dan kualitas sistem informasi akuntansi berpengaruh secara simultan terhadap minat bertansaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja pada Masyarakat Parepare

## C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan produk terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja pada Masyarakat parepare
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi Manfaat terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja pada Masyarakat parepare
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem informasi Akuntansi terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja pada Masyarakat parepare
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan produk, persepsi manfaat dan sistem informasi Akuntansi secara simultan terhadap minat

bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja pada masyarakat parepare

#### D. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan. Adapun manfaat dan kegunaan dari penelitian ini adalah:

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat dalam memperdalam pengetahuan mengenai Pengetahuan Produk, Manfaat dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-wallet* Syariah LinkAja pada Masyarakat Parepare
- b. Bagi institusi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan, menambah ilmu pengetahuan, serta dapat menjadi acuan atau kajian bagi penulis dimasa yang akan datang mengenai terkait Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-wallet* Syariah pada Masyarkat parepare

##### 2. Manfaat praktis

Secara praktis hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat, yaitu:

- a. Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung dalam penggunaan *e-wallet* syariah LinkAja penulis setelah dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang penggunaan *e-wallet* syariah LinkAja

- b. Bagi akademisi hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan informasi dalam penerapan ilmu pengetahuan dalam mengetahui minat penggunaan *e-wallet* syariah
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pengembang teknologi keuangan dan penyelenggara layanan *e-wallet* syariah



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian relevan atau kajian relevan adalah deskripsi tentang kajian penelitian terdahulu yang relevan (mirip) dengan masalah yang diteliti. Dengan demikian penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan upaya pengembangan pengetahuan dari hasil pengelolaan penelitian sebelumnya. Ada beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Azma Nadhilah dan Nurul Hasanah Dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi” pada tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan ukuran sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian dengan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa kepercayaan dan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja, sedangkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi Layanan Syariah LinkAja dalam menyusun

- 2) strategi untuk meningkatkan minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja<sup>16</sup>. Adapun persamaan dari penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu memiliki beberapa variabel yang sama yaitu variabel pengetahuan produk dan variabel persepsi kemudahan sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu berfokus pada Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan sedangkan penelitian sekarang berfokus pada variabel persepsi kemudahan dan manfaat. Adapun perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu penelitian terdahulu menunjukkan bahwa baik Kepercayaan dan Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan syariah LinkAja, dan Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh, sedangkan penelitian sekarang hasil menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi, sedangkan Persepsi Manfaat tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.
- 3) Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Alfian Hakim dan Aminah Dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mitraguna (Studi Kasus BSI Ampera)” pada tahun 2023. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengetahuan produk dan promosi terhadap minat nasabah menggunakan Produk Mitraguna. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda. Dalam hal pengambilan sampel, digunakan pendekatan purposive sampling dengan jumlah sampel

---

<sup>16</sup> Nadhilah and Hasanah, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja Pada Generasi Z Di Kota Bekasi).” (2022)

sebanyak 100 responden. Hasil penelitian dengan uji regresi linear berganda menunjukkan pengetahuan produk dan promosi masing-masing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Produk Mitraguna. Begitu juga secara simultan pengetahuan produk dan promosi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Produk Mitraguna<sup>17</sup>. Adapun persamaan dari penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu memiliki beberapa variabel yang sama yaitu variabel pengetahuan produk dan sama-sama menggunakan metode kuantitatif sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu penelitian terdahulu berobjek pada nasabah pengguna produk mitraguna pada BSI sedangkan penelitian sekarang berfokus pada *e-wallet* syariah yaitu LinkAja. Adapun perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu penelitian terdahulu Pengetahuan Produk maupun Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap minat nasabah menggunakan Produk Mitraguna, sedangkan penelitian sekarang hasil menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi, sementara Persepsi Manfaat tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

- 4) Penelitian yang dilakukan oleh Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana Dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di

---

<sup>17</sup> Muhammad Alfian Hakim, “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mitraguna ( Studi Kasus Bsi Ampera ),” *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen* Vol.3 (2023).



Indonesia” pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur layanan, dan Kepercayaan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia. Data dalam penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis dengan analisis kuantitatif. Sampel yang diambil adalah 100 responden dengan teknik nonprobability sampling yaitu jenis purposive sampling. Pada penelitian ini, data diolah dengan bantuan SPSS versi 20 dengan uji Analisis Regresi Berganda. Hasil olahan SPSS 20 dari analisis deskriptif dapat disimpulkan variabel Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Fitur Layanan (X3), Kepercayaan (X4) dan Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) berada pada kategori kurang baik. Hasil dari analisis linear berganda menyatakan pula bahwa Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Fitur Layanan (X3), dan Kepercayaan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) LinkAja di Indonesia baik secara parsial maupun simultan. Hasil lain menunjukkan pula variabel yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan LinkAja di Indonesia adalah variabel kepercayaan, artinya semakin baik kepercayaan yang dimiliki pelanggan maka tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi<sup>18</sup>. Adapun persamaan dari penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu sama sama menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu penelitian terdahulu berfokus pada tingkat kepuasan pelanggan LinkAja di Indonesia sedangkan

---

<sup>18</sup> Findy dan Tri Indra Wijaksana Meileny, “Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia,” *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis* 4, no. 2 (2020): 1–9.

penelitian sekarang berfokus minat menggunakan LinkAja syariah. Adapun perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu Penelitian terdahulu menyatakan bahwa semua variabel yang diteliti (Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, dengan variabel Kepercayaan sebagai yang paling berpengaruh, sedangkan penelitian sekarang, hasil menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi, sedangkan Persepsi Manfaat tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

- 5) Penelitian yang dilakukan oleh Gella Thennica, Rizal R. Manullang dan Yunita Maharani Dengan judul “Analisis Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dan Minat *Merchant* dalam e-transaksi terhadap pengimplementasian transaksi elektronik *gopay*” pada tahun 2021. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dan Minat *Merchant* dalam e-transaksi terhadap pengimplementasian transaksi elektronik *gopay*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Responden penelitian ini berjumlah 22 *merchant* yang menggunakan *e-transaksi* Gopay. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif berupa data primer deskriptif hasil penelitian langsung di lapangan. Sebagai alat pengumpulan data statistik menggunakan JASP versi 0.9.2.0. hasil penelitian ini tidak terdapat pengaruh sistem informasi akuntansi penjualan terhadap implementasi Gopay, terdapat pengaruh yang signifikan variabel minat pedagang dalam e-transaksi gopay, terdapat pengaruh yang signifikan sistem informasi akuntansi penjualan dan

minat merchant dalam transaksi gopay<sup>19</sup>. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu terdapat variabel yang sama yaitu sama sama meneliti mengenai kualitas sistem informasi Akuntansi Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu penelitian terdahulu objek penelitiannya yaitu aplikasi *e-wallet* Gopay sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja. Adapun perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu Penelitian terdahulu menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari Sistem Informasi Akuntansi Penjualan terhadap implementasi GoPay, Namun, ditemukan pengaruh signifikan dari Minat Merchant dalam e-transaksi GoPay terhadap pengimplementasian transaksi elektronik, serta pengaruh positif signifikan dari kombinasi Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dan Minat Merchant terhadap penggunaan GoPay, sedangkan penelitian sekarang menunjukkan hasil bahwa Pengetahuan Produk dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi, sementara Persepsi Manfaat tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

- 6) Penelitian yang dilakukan oleh Clara Airina Ingg, dan Tri Indra Wijaksana Dengan judul “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Pengguna LinkAja” pada tahun 2020. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi LinkAja. Penelitian ini melalui penyebaran kuesioner dan analisis data menggunakan analisis kuantitatif. Sedangkan alat analisis yang digunakan dengan bantuan

---

<sup>19</sup> Yunita Thennica, Gella; Manullang, Rizal R; Maharani, “Akuntansi Penjualan Dan Minat Merchant Dalam E-Transaksi” 1, no. 1 (2021).

SPSS versi 20. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji Analisis Regresi Berganda. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling dengan Teknik purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan kriteria menggunakan aplikasi LinkAja, berusia diatas 17 tahun, dan pernah menggunakan aplikasi LinkAja untuk berbelanja di merchant. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Kualitas Sistem (X1), Kualitas Informasi (X2), Kualitas Layanan (X3) dan Kepuasan Sistem (Y) berada pada kategori kurang baik. Hasil analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa Kualitas Sistem (X1), Kualitas Informasi (X2), Kualitas Layanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y) LinkAja baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil uji analisis koefisien determinasi diperoleh sebesar 88,4%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Sistem (X1), Kualitas Informasi (X2), Kualitas Layanan (X3) terhadap Kepuasan Pengguna (Y) LinkAja sebesar 88,4%. Sedangkan sisanya senilai 11,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.<sup>20</sup> Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu sama sama meneliti tentang aplikasi LinkAja, Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu penelitian terdahulu menggunakan beberapa variabel kualitas terhadap kepuasan pengguna aplikasi LinkAja, Sedangkan penelitian sekarang menggunakan variable pengetahuan produk, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dan sistem informasi akuntansi terhadap minat

---

<sup>20</sup> Clara Airina Inggit and Tri Indra Wijaksana, "Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna LinkAja," *E-Proceeding of Management* 7, no. 2 (2020): 6622–30.

menggunakan LinkAja syariah. Adapun perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu Penelitian terdahulu menyatakan bahwa Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna baik secara parsial maupun simultan, sedangkan penelitian sekarang menunjukkan hasil bahwa Pengetahuan Produk dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti, Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi)”	Azma Nadhilah dan Nurul Hasanah, 2022	Hasil penelitian dengan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa kepercayaan dan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja, sedangkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja.	perbedaan dari penelitian terdahulu berfokus pada Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan sedangkan penelitian sekarang berfokus pada variabel persepsi kemudahan dan manfaat. Adapun perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang, yaitu penelitian terdahulu menunjukkan bahwa baik kepercayaan dan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap	Adapun persamaan dari penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu memiliki beberapa variable yang sama yaitu variable pengetahuan produk dan variable persepsi kemudahan

				minat menggunakan layanan syariah LinkAja dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh, sedangkan penelitian sekarang hasil menunjukkan bahwa pengetahuan produk, dan kualitas sistem informasi akuntansi berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi , sedangkan persepsi manfaat tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan	
2.	“Pengaruh Pengetahuan Produk dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mitraguna (Studi Kasus BSI Ampera)”	Muhammad Alfian Hakim dan Aminah, 2023	Hasil penelitian dengan uji regresi linear berganda menunjukkan pengetahuan produk dan promosi masing-masing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Produk Mitraguna. Begitu juga secara simultan pengetahuan produk dan promosi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Produk Mitraguna	perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu penelitian terdahulu berfokus pada objek nasabah yang menggunakan Mitraguna pada BSI sedangkan penelitian sekarang berfokus pada <i>e-wallet</i> syariah yaitu LinkAja. Adapun perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu penelitian terdahulu pengetahuan produk maupun promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap minat nasabah menggunakan produk mitraguna, sedangkan penelitian sekarang hasil	persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu sama sama menggunakan variabel pengetahuan produk dan menggunakan metode kuantitatif

				menunjukkan bahwa pengetahuan produk dan kualitas sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi, sementara persepsi manfaat tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.	
3.	“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja di Indonesia”	Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana, 2020	Hasil dari penelitian ini medengan uji analisis regresi berganda. Hasil olahan SPSS 20 analisis deskriptif dapat disimpulkan variable persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, kepercayaan, dan tingkat kepuasan pelanggan pada kategori kurang baik. Hasil analisis linear berganda menyatakan pula bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan LinkAja di Indonesia baik secara parsial maupun simultan. Hasil lain menunjukkan pula variable yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan LinkAja di Indonesia	perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu penelitian terdahulu berfokus pada tingkat kepuasan pelanggan LinkAja di Indonesia sedangkan penelitian sekarang berfokus pada minat menggunakan LinkAja Syariah. Adapun perbandingan hasil penelitian sekarang dan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu menyatakan bahwa semua variabel yang diteliti (persepsi manfaat, kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, dengan variabel kepercayaan sebagai yang paling berpengaruh, sedangkan penelitian sekarang, hasil menunjukkan bahwa	persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu sama sama menggunakan metode kuantitatif

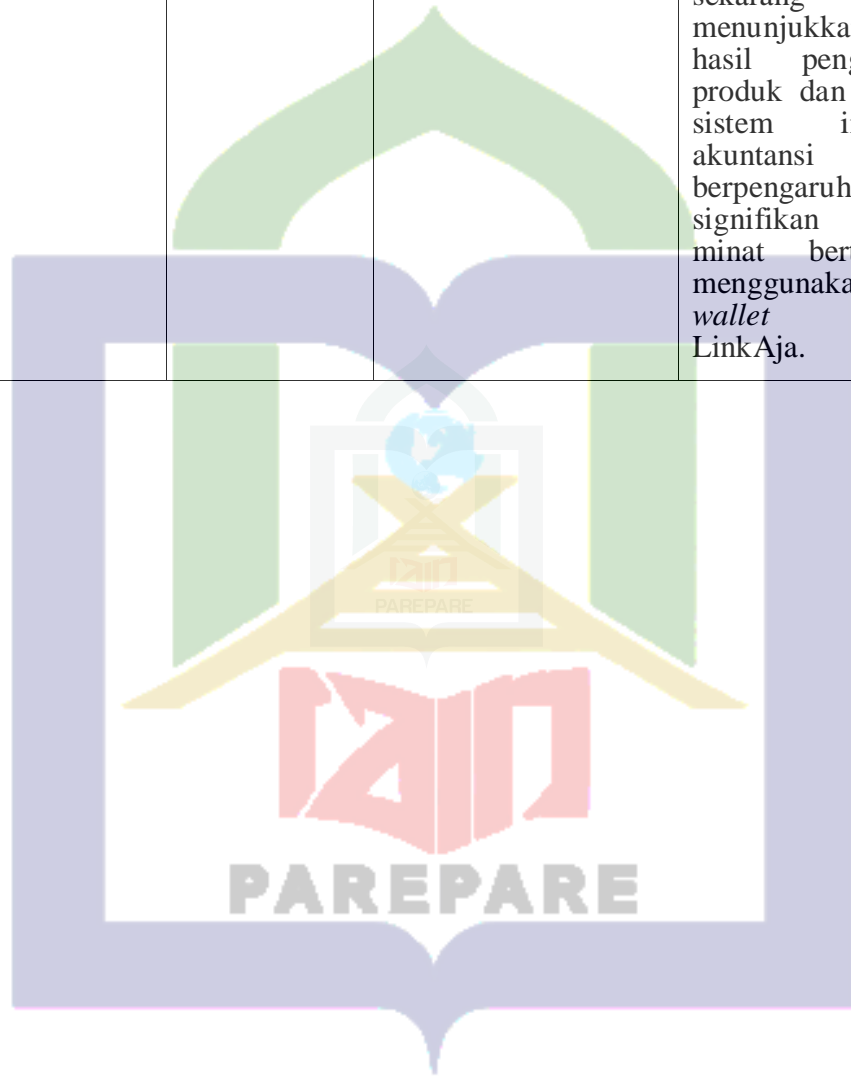


			adalah variabel kepercayaan.	pengetahuan produk, dan kualitas sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi sedangkan persepsi manfaat tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.	
4.	“Analisis Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dan Minat <i>Merchant</i> dalam e-transaksi terhadap pengimplementasian transaksi elektronik <i>gopay</i> ”	Gella Thennica, Rizal R. Manullang dan Yunita Maharani, 2021	hasil penelitian ini tidak terdapat pengaruh sistem informasi akuntansi penjualan terhadap implementasi Gopay, terdapat pengaruh yang signifikan variabel minat pedagang dalam e-transaksi gopay, terdapat pengaruh yang signifikan sistem informasi akuntansi penjualan dan minat merchant dalam transaksi gopay	Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu peneliti terdahulu objek penelitiannya gopay sedangkan penelitian sekarang berfokus pada aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja. Adapun perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu penelitian terdahulu menyatakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari sistem informasi akuntansi penjualan implementasi GoPay, namun ditemukan pengaruh signifikan dari minat merchant dalam <i>e-transaksi</i> GoPay terhadap pengimplementasian transaksi elektronik, serta pengaruh positif signifikan dari kombinasi sistem informasi akuntansi penjualan dan minat merchant	Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu terdapat variabel yang sama yaitu sama-sama meneliti mengenai kualitas sistem informasi Akuntansi



				terhadap penggunaan GoPay, sedangkan penelitian sekarang menunjukkan hasil bahwa pengetahuan produk, dan kualitas sistem informasi akuntasni berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi, sementara persepsi manfaat tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.	
5.	“Pengaruh Kualitas Sistem, Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna LnkAja”	Clara Airina Inggit, dan Tri Indra Wijaksana, 2020	Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, dan kepuasan sistem berada pada kategori kurang baik. Hasil analisis linear regresi berganda dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna LinkAja baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil uji analisis koefisien determinasi diperoleh sebesar 88,4%, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna	Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu penelitian terdahulu menggunakan beberapa variabel kualitas terhadap kepuasan pengguna aplikasi LinkAja, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel pengetahuan produk, persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan sistem informasi Akuntansi terhadap minat menggunakan Linkaja syariah. Adapun perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan sekarang, yaitu penelitian terdahulu menyatakan bahwa hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan	Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama sama menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan menilite tentang aplikasi <i>e-wallet</i> LinkAja

		<p>LinkAja sebesar 88,4%. Sedangkan sisanya senilai 11,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.</p>	<p>berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna baik secara parsial maupun simultan, sedangkan penelitian sekarang menunjukkan bahwa hasil pengetahuan produk dan kualitas sistem informasi akuntansi berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> syariah LinkAja.</p>	
--	--	--	---	--



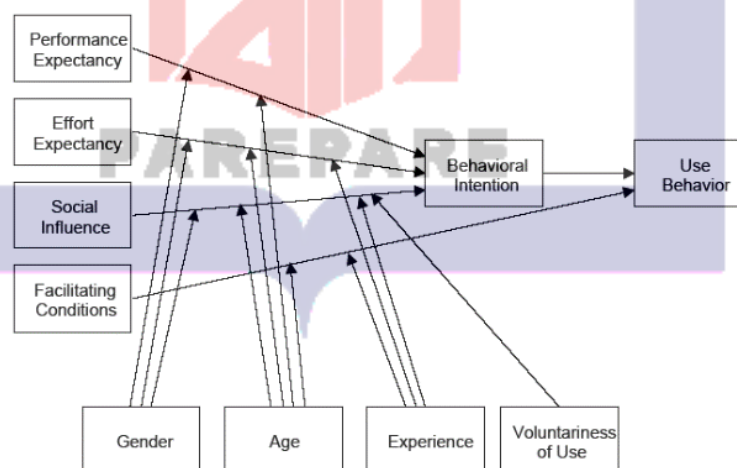
## B. Tinjauan Teori

### 1. *Unified Theory Of Acceptance And Use of Technology (UTAUT)*

UTAUT merupakan salah satu model penerimaan teknologi yang dikembangkan oleh dengan menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi sebelumnya. Delapan teori tersebut adalah *Theory Of Reasoned Action (TRA)*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Motivational Model (MM)*, *Theory Of Planned Behavior (TPB)*, *Combined TAM And TPB*, *Model Of PC Utilization (MPTU)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)* dan *Social Cognativetheory (SCT)* UTAUT terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam menjelaskan hingga 70 persen varian pengguna.

Venkatesh, dkk dalam buku Rahardjo, M. S., & Yuniarti, kemudian menemukan empat konstruk utama yang memainkan peran penting sebagai determinan langsung dari *behavioral intention* dan *use behavior* yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Disamping itu terdapat pula empat variabel moderator yaitu *gender*, *age*, *voluntariness of use*, dan *experience* yang diposisikan untuk memoderasi dampak dari empat konstruk utama pada *behavioral intention* dan *use behavior*

**Gambar 2.1 Model UTAUT**



(Sumber: Vankatesh, dkk 2003)

### 1.1 *Performance Expectancy*

Performance expectancy didefinisikan sebagai sejauh mana tingkat keyakinan seseorang terhadap sistem, apakah dengan menggunakan sistem tersebut mendapatkan keuntungan dalam pekerjaannya atau tidak. Lima indikator yang digunakan dalam *performance expectancy* adalah:

- a) *Perceived usefulness* (persepsi kegunaan), yaitu tingkat kepercayaan dalam menggunakan sistem yang mendukung kinerja
- b) *Extrinsic usefulness* (motivasi ekstrinsik), yaitu persepsi pengguna bahwa dengan meningkatnya kinerja, mereka akan mendapatkan penghargaan seperti perubahan kinerja, promosi, atau kenaikan gaji
- c) *Job fit* (kecocokan tugas), yaitu bagaimana kapabilitas sistem meningkatkan performa kinerja pengguna
- d) *Relative advantage* (keuntungan relatif) yaitu menunjukkan bahwa penggunaan sistem akan menghasilkan inovasi jika dibandingkan tanpa menggunakan sistem
- e) *Outcome expectations* (ekspektasi hasil) yaitu hasil yang diharapkan berhubungan dengan perilaku pengguna.

### 1.2 *Effort Expectancy*

- a) *Effort expectancy* didefinisikan sebagai tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem. Tiga indikator yang digunakan dalam *effort expectancy* adalah: *Perceived ease of use* (persepsi kemudahan pengguna), yaitu tingkat kepercayaan pengguna bahwa penggunaan sistem akan memudahkan usahanya
- b) *Complexity* (tingkat kerumitan), yaitu bahwa sistem relative lebih sulit untuk dipahami dan digunakan
- c) *Ease of use* (kemudahan penggunaan), yaitu bahwa inovasi yang digunakan dapat menyebabkan kesulitan dalam menggunakannya

### 1.3 Social Influence

Social influence didefinisikan sebagai tingkat sejauh mana seseorang merasakan bahwa orang-orang yang dianggapnya penting, percaya bahwa orang tersebut seharusnya menggunakan sistem yang baru. Tiga indikator yang digunakan adalah:

- a) *Subjective norm* (norma subyektif), yaitu persepsi pengguna bahwa beberapa orang akan mempengaruhinya dalam berperilaku
- b) *Social factors* (faktor sosial), yaitu budaya yang berkembang dalam organisasi akan mempengaruhi perilaku pengguna
- c) *Image*, yaitu inovasi yang dilakukan akan meningkatkan image atau statusnya dalam sistem sosial tempat pengguna berada

### 1.4 Facilitating Conditions

*Facilitating conditions* didefinisikan sebagai tingkat sejauh mana seseorang meyakini bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang ada mendukung penggunaan sistem. Venkatesh dkk menemukan bahwa *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, namun mempengaruhi *use behavior*. Hal ini mengakibatkan model UTAUT yang dikembangkan hanya melihat pengaruh *facilitating conditions* terhadap *use behavior*.

Tiga indikator dalam *facilitating condition* adalah:

- a) *Perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku), yaitu persepsi eksternal dan internal yang membatasi perilaku dan meliputi diri sendiri, sumber daya, kondisi fasilitas dan kondisi teknologi
- b) *Facilitating conditions* (kondisi-kondisi fasilitas), yaitu faktor obyektif lingkungan yang menyebabkan kemudahan dalam melakukan, termasuk komputer pendukung
- c) *Compatibility* (kompabilitas), yaitu inovasi konsisten terhadap nilai, kebutuhan dan pengalaman <sup>21</sup>

## 2. Pengetahuan Produk

### 2.1 Pengertian Pengetahuan Produk

Menurut teori yang dikemukakan oleh Ujang Suwarman bahwasanya bilamana pengetahuan produk yang dimiliki oleh seorang konsumen semakin luas maka akan semakin memberikan kepastian serta jaminan yang akan mereka dapatkan dari keputusan pembelian produk tersebut<sup>22</sup>

Menurut Sumarwan, pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai informasi tentang suatu produk yang berkaitan dengan kategori produk, merek, terminologi produk, atribut dan karakteristik produk, harga produk, dan keandalan produk.<sup>23</sup> Pengetahuan produk adalah jenis informasi yang diperoleh konsumen dari pemakaian suatu produk, sehingga informasi yang didapat konsumen akan menjadi pertimbangan pertama kali sebelum memutuskan untuk memakai suatu produk

Semakin tinggi pengetahuan responden terhadap produk lembaga keuangan syariah, maka akan semakin positif sikap responden terhadap produk lembaga keuangan syariah<sup>24</sup>

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, meliputi kategori produk, merek, terminolog produk, atribut, fitur produk, harga dan kepercayaan mengenai produk.

Menurut Lin dan Lin, pengetahuan produk konsumen didasarkan pada keakraban mereka terhadap produk tersebut. Konsumen dengan pengetahuan produk yang tinggi memiliki kemampuan memori kognitif, analitis, dan logis yang lebih baik dibandingkan konsumen dengan pengetahuan produk yang rendah. Menurut Peter dan Olson, konsumen mempunyai pengetahuan produk yang

---

<sup>21</sup> Rahardjo, M. S., & Yuniarti, D. *Manajemen Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. (2015).

<sup>22</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 186

<sup>23</sup> Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen* (Malang: UB Press, 2012), 53.

<sup>24</sup> Kadek Ayu Riza Okaviantari et al., *Persepsi Risiko Dan Pengetahuan Produk Untuk Membangun Sikap Positif Dan Niat Beli: Konsep Dan Aplikasi*, 2023

beragam terkait dengan kelas produk, format produk, merek, dan karakteristik model.<sup>25</sup>

Pengetahuan produk ialah sekumpulan berbagai informasi mengenai produk. Konsumen atau pengguna mempunyai tingkat pengetahuan yang berbeda, pengguna dapat mempunyai 3 (tiga) jenis pengetahuan produk yaitu pengetahuan mengenai ciri atau karakter produk, konsekuensi atau manfaat positif menggunakan produk, dan nilai yang akan dipuaskan atau di capai oleh produk<sup>26</sup>

Apabila produsen faham dengan pengetahuan produk yang bernilai baik serta benar maka produsen akan dengan mudah melakukan konfirmasi pada seorang konsumen atau pengguna guna memastikan penggunaan produk. Pengetahuan produk juga mencakup segala jenis informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh sebuah produk

## 2.2 Jenis Pengetahuan Produk

Menurut Donny Herdianto terdapat Tiga jenis pengetahuan produk yaitu:

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, Ini mencakup pemahaman mendalam tentang fitur-fitur spesifik yang ditawarkan oleh *e-wallet*, seperti keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, integrasi dengan berbagai layanan finansial, dan teknologi enkripsi yang digunakan untuk melindungi data pengguna. Memahami atribut ini membantu pengguna merasa lebih aman dan nyaman dalam melakukan transaksi digital.
2. Pengetahuan tentang manfaat produk, Pengguna perlu mengetahui bagaimana *e-wallet* dapat memberikan keuntungan nyata dalam kehidupan sehari-hari mereka. Misalnya, *e-wallet* dapat menawarkan kemudahan dalam melakukan pembayaran tanpa uang tunai, akses cepat ke transaksi online, promosi dan

---

<sup>25</sup> M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018), 70.

<sup>26</sup> M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 66.



diskon khusus yang sering ditawarkan oleh berbagai merchant, serta kemampuan untuk mengelola keuangan secara lebih efisien melalui fitur-fitur pencatatan dan analisis pengeluaran. Manfaat ini membantu pengguna melihat nilai tambah yang diberikan oleh penggunaan *e-wallet* dalam berbagai aspek kehidupan mereka. Secara universal terdapat dua jenis manfaat yang dirasakan pengguna, yaitu:

- a) Manfaat fungsional, yang mencakup manfaat yang dapat dirasakan oleh seorang konsumen atau pembeli secara fisiologis dan fungsi dari produk tersebut. Manfaat fungsional ini meliputi kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari, seperti pembayaran tagihan, transfer uang, dan pembelian barang atau jasa, semua dilakukan sesuai prinsip-prinsip syariah yang menjamin transaksi bebas dari riba, gharar, dan maysir. Pengguna *e-wallet* syariah juga dapat merasakan keamanan tambahan melalui fitur-fitur seperti otentikasi dua faktor dan teknologi enkripsi canggih yang memastikan privasi dan keamanan data mereka terjaga dengan baik.
- b) Manfaat emosional, yang berkaitan dengan aspek psikologis dari penggunaan *e-wallet* syariah. Manfaat ini melibatkan perasaan tenang dan nyaman yang dirasakan oleh pengguna karena mengetahui bahwa setiap transaksi yang mereka lakukan sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah. Hal ini memberikan kepuasan emosional karena pengguna merasa bahwa mereka dapat memenuhi kebutuhan keuangan mereka tanpa mengkompromikan keyakinan agama mereka. Selain itu, adanya dukungan dari komunitas dan berbagai inisiatif sosial yang sering kali diintegrasikan dalam layanan *e-wallet* syariah, seperti program zakat, sedekah, dan wakaf, turut memperkuat ikatan emosional pengguna dengan produk tersebut, karena mereka merasa turut berkontribusi dalam kegiatan sosial yang positif dan bermanfaat bagi masyarakat.



3. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi pengguna, ini berkaitan dengan seberapa baik *e-wallet* memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Faktor-faktor seperti keandalan layanan, kecepatan transaksi, dukungan pelanggan yang responsif, dan pengalaman pengguna yang intuitif memainkan peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan pengguna. Ketika pengguna merasa puas dengan performa dan layanan yang diberikan oleh *e-wallet*, mereka cenderung akan lebih loyal dan terus menggunakan produk tersebut dalam jangka panjang. Oleh karena itu, memahami dan mengkomunikasikan ketiga jenis pengetahuan ini kepada pengguna *e-wallet* adalah kunci untuk membangun basis pengguna yang kuat dan setia.<sup>27</sup>

### 2.3 Indikator Pengetahuan Produk

Menurut Brucks dalam Kotler, P., & Keller, K. L pengetahuan produk (Product Knowledge) dibagi ke dalam tiga indikator, yaitu:

- 1) *Subjective Knowledge* mengacu pada seberapa baik konsumen memahami suatu produk, atau tingkat pemahaman konsumen terhadap suatu produk, sering kali dinyatakan sebagai peringkat dari pengetahuannya sendiri
- 2) *Objective Knowledge* berkaitan dengan seberapa banyak informasi serta jenis informasi yang ada pada ingatan konsumen atau dimana tingkat dan jenis pengetahuan produk yang benar benar tersimpan dalam memori konsumen, disebut juga pengetahuan aktual (actual knowledge)
- 3) *Experience Based Knowledge* berkaitan dengan seberapa banyak pengalaman yang dimiliki oleh konsumen dalam pemakaian suatu produk atau yang dimaksudkan yaitu dimana pengalaman sebelumnya dari penggunaan produk oleh konsumen<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Donny Herdianto, *Creative Selling Everyday* (PT Elex Media Komputindo, 2016). Hal 88

<sup>28</sup> Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, hlm. 146-148. (2016).

### 3.1 Persepsi Manfaat

#### 3.1.1 Definisi Persepsi

Persepsi bisa disebut proses yang mendahului persepsi, yaitu proses dimana seseorang menerima rangsangan melalui alat indera, atau proses indera. Namun proses tersebut tidak berhenti begitu saja, stimulus terus berlanjut dan proses selanjutnya disebut proses persepsi. Proses ini melibatkan persepsi. Setelah informasi diterima oleh alat indera, informasi tersebut diolah dan diinterpretasikan menjadi persepsi yang utuh.<sup>29</sup>

Berdasarkan definisi tersebut dapat dilihat bahwa persepsi di timbulkan oleh adanya rangsangan dari dalam diri individu maupun dari lingkungan yang diproses di dalam susunan syaraf dan otak.

Terdapat beberapa aspek yang diperlukan agar seseorang dapat mempersepsikan sesuatu antara lain:

- a. Aspek kognisi, yaitu menyangkut pengenalan, cara mendapatkan pengetahuan atau cara berpikir dan pengalaman masa lalu. Hal ini berpengaruh pada pandangan individu terhadap atau berdasarkan dari keinginan atau pengharapan atau dari cara individu tersebut memandang sesuatu berdasarkan pengalaman yang pernah didengar atau dilihat dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Aspek afeksi, menyangkut perasaan individual, pendidikan moral dan etika yang diperoleh sejak kecil dalam mengekspresikan diri dengan sekitarnya.
- c. Aspek konasi, yaitu motif, sikap, perilaku dan aktivitas. Pandangan individu terhadap sesuatu yang berhubungan dengan motif atau tujuan timbulnya perilaku yang diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari

<sup>29</sup> Bimo Walgio, *pengantae Psikologi Umum*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2005. Hlm.99

### 3.1.3 Definisi Persepsi Manfaat

Menurut Jogiyanto persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya<sup>30</sup>

Persepsi Manfaat didefinisikan sebagai sesuatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi, akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja, artinya bahwa adanya manfaat dari fasilitasnya akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi yang menggunakan fasilitas tersebut . Jadi, jika seseorang meyakini bahwa suatu sistem teknologi tersebut sangat bermanfaat maka seseorang akan menggunakannya sedangkan jika menurutnya teknologi tersebut kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya

Persepsi manfaat dan persepsi Kemudahan penggunaan merupakan hal utama yang memberi pengaruh dalam pengadopsian penggunaan teknologi baru. Manfaat serta kemudahan yang ditawarkan uang elektronik dapat mempengaruhi peningkatan penggunaannya. individu akan cenderung menggunakan suatu teknologi yang di rasa dapat memberikan sebuah efektifitas, efisiensi dan produktivitas kinerjanya<sup>31</sup>

Beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan dalam proses pengambilan keputusan. Apabila seseorang percaya bahwa sistem informasi berguna dan meningkatkan produktivitasnya maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya apabila seseorang merasa bahwa penggunaan suatu sistem informasi kurang memberi manfaat maka dia enggan menggunakannya.

Menurut Supriyono keuntungan atau manfaat yang didapatkan menggunakan *e-wallet* yaitu:

---

<sup>30</sup> Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Erlangga. Hal 114

<sup>31</sup> Hidayat, T. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media, hlm. 112-114.

- a. Dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun asal tersedianya fasilitas internet yang memadai.
- b. Sangat efisien jika digunakan, baik dari segi waktu maupun dari segi biaya, tanpa harus membawa banyak uang tunai yang banyak
- c. Keamanan yang berlapis dalam transaksi seperti security user ID, PIN dan *keytoken* untuk mengamankan transaksi<sup>32</sup>

#### 3.1.4 Indikator Persepsi Manfaat

Persepsi Manfaat dapat diukur dari beberapa indikator menurut Jogiyanto

##### a. Mempermudah transaksi pembayaran.

Dalam hal mempermudah transaksi pembayaran, pengguna melihat nilai dalam kemudahan penggunaan sistem pembayaran. Indikator ini mencakup aspek navigasi antarmuka yang intuitif, proses pembayaran yang sederhana, dan ketersediaan opsi pembayaran yang beragam. Sebuah sistem pembayaran yang mudah digunakan memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat dan tanpa hambatan, meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna.

##### b. Mempercepat transaksi pembayaran.

kecepatan dalam melakukan transaksi pembayaran juga merupakan faktor kunci yang diperhatikan oleh pengguna. Pengguna mengharapkan transaksi pembayaran dapat diselesaikan dengan cepat dan efisien, tanpa perlu menunggu waktu yang lama. Indikator ini mencakup waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi, responsivitas sistem, dan kemampuan untuk menangani volume transaksi yang tinggi tanpa mengalami penundaan.

##### c. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi

---

<sup>32</sup> Supriyono. (2020). *Penggunaan E-Wallet dalam Transaksi Digital*. Jakarta: Media Informatika, hlm. 45-46.

memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi adalah strategi yang efektif untuk memikat dan mempertahankan pengguna. Ketika pengguna merasa bahwa mereka mendapatkan nilai tambah dari setiap transaksi yang mereka lakukan, mereka cenderung lebih termotivasi untuk menggunakan platform pembayaran tersebut secara berulang. Keuntungan tambahan dapat berupa diskon, cashback, atau poin reward yang dapat ditukarkan dengan berbagai hadiah menarik. Dengan adanya insentif ini, pengguna merasa bahwa menggunakan platform pembayaran tersebut merupakan pilihan yang menguntungkan bagi mereka secara finansial.

**d. Memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran.**

memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran adalah faktor krusial yang menentukan tingkat adopsi dan retensi pengguna. Pengguna mengharapkan bahwa informasi pribadi dan keuangan mereka akan diamankan dengan baik selama proses pembayaran. Oleh karena itu, menyediakan proteksi yang kuat terhadap data pengguna, menggunakan enkripsi yang kuat, dan memberikan jaminan atas keamanan transaksi adalah langkah-langkah penting dalam membangun rasa percaya diri pengguna. Ketika pengguna merasa bahwa transaksi mereka dilindungi dengan baik, mereka lebih cenderung untuk menggunakan platform pembayaran tersebut secara terus-menerus.

**e. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran.**

meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran adalah tujuan utama dari penggunaan sistem pembayaran digital. Pengguna mengharapkan bahwa proses pembayaran dapat diselesaikan dengan cepat dan tanpa hambatan. Oleh karena itu, menyediakan antarmuka yang intuitif, proses pembayaran yang cepat, dan dukungan pelanggan yang responsif merupakan langkah-langkah kunci dalam meningkatkan efisiensi transaksi.

Dengan demikian, pengguna dapat menyelesaikan transaksi mereka dengan mudah dan menghemat waktu serta tenaga.<sup>33</sup>

#### **4. Sistem Informasi Akuntansi (SIA)**

##### **4.1 Definisi Sistem**

Sistem terdiri dari beberapa sub sistem dan bagian sistem lainnya. Sub sistem atau komponen-komponen ini tidak dapat berdiri atau menjalankan fungsinya sendiri, maka dari itu komponen-komponen dan sub sistem ini saling berinteraksi atau berhubungan dan menciptakan suatu tujuan untuk mencapai target tertentu.

Menurut Sutrabi, Sistem merupakan suatu kesatuan yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan, di mana setiap bagian memiliki fungsi tertentu untuk mencapai tujuan yang sama.<sup>34</sup>

Menurut Jogiyanto Sistem adalah suatu kesatuan yang terdiri dari beberapa komponen atau bagian yang saling berinteraksi dan bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam suatu sistem, terdapat dua kegiatan utama, yaitu adanya masukan (input) dan kegiatan operasional (proses) yang mengubah masukan menjadi keluaran (output).<sup>35</sup>

Beberapa pengertian di atas dapat menyimpulkan bahwa sistem merupakan sekumpulan elemen, himpunan dari suatu unsur, komponen fungsional yang saling berhubungan dan berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan yang diharapkan

##### **4.2 Definisi Informasi**

Informasi sangat dibutuhkan untuk dapat menambah wawasan ataupun pengetahuan dan sebagai bahan dalam berpendapat atau mengambil keputusan. Informasi sebenarnya berarti kegiatan memberitahukan atau berkomunikasi mengenai

---

<sup>33</sup> Jogiyanto, H. M. *Manajemen Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi 2017), hlm. 145-147.

<sup>34</sup> Sutabri, *Pengantar Sistem Informasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 20.

<sup>35</sup> Jogiyanto, *Sistem Informasi Manajemen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), hlm. 10.

pengetahuan. Sistem informasi adalah proses mengumpulkan, memproses, menganalisis, dan menyebarkan informasi untuk tujuan tertentu.<sup>36</sup>

Sistem informasi adalah kumpulan komponen yang saling berhubungan untuk mengumpulkan, mengelola, menyimpan, dan menyajikan data dalam rangka mendukung pengambilan keputusan dan pengelolaan suatu organisasi. Secara umum, sistem informasi mencakup perangkat keras (hardware), perangkat lunak (software), data, prosedur, dan orang-orang yang terlibat dalam proses tersebut.

#### 4.3 Definisi Akuntansi

Akuntansi menurut *American Accounting Association* (AAA), adalah proses mengidentifikasi, mengukur, dan melaporkan informasi ekonomi, untuk memungkinkan adanya penilaian dan keputusan yang jelas dan tegas bagi pihak pemakai informasi

Menurut Niswonger, Fees, dan Wareen yang diterjemahkan oleh Eka Satria Wibawa and Sri Wahyuning Sinaga akuntansi adalah proses mengenali, mengukur, dan mengomunikasikan informasi ekonomi untuk memperoleh pertimbangan dan keputusan yang tepat oleh pemakai informasi yang bersangkutan<sup>37</sup>

Beberapa pengertian di atas dapat menyimpulkan bahwa Akuntansi adalah proses pengukuran, pengungkapan, dan analisis informasi keuangan yang relevan bagi suatu entitas ekonomi, Tujuan utama dari akuntansi adalah untuk menyediakan gambaran yang jelas dan akurat tentang keuangan suatu entitas, yang dapat digunakan oleh berbagai pemangku kepentingan untuk pengambilan keputusan.

#### 4.4 Definisi Sistem Informasi Akuntansi

Sistem Informasi Akuntansi adalah suatu sistem dalam sebuah organisasi yang bertanggung jawab untuk penyiapan Informasi yang diperoleh dari pengumpulan dan

<sup>36</sup> Sutabri, *Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 45.

<sup>37</sup> Eka Satria Wibawa and Sri Wahyuning, *Belajar Mula Dasar Akuntansi* (CV Budi Utama, 2020).



pengolahan data transaksi yang berguna bagi semua pemakai baik di dalam maupun di luar perusahaan.

Sistem Informasi Akuntansi juga dapat diartikan sebagai kumpulan kegiatan-kegiatan dari organisasi yang bertanggung jawab untuk menyediakan Informasi keuangan dan Informasi yang didapatkan dari transaksi data untuk tujuan pelaporan internal maupun eksternal perusahaan.

Sistem Informasi Akuntansi menyiapkan informasi bagi manajemen dengan melaksanakan operasi-operasi tertentu atas semua data sumber yang diterimanya dan juga mempengaruhi hubungan organisasi perusahaan dengan lingkungan sekitarnya.

Sebagai sistem informasi Akuntansi merupakan suatu sistem yang bertugas mengumpulkan data yang menjelaskan kegiatan perusahaan, mengubah data tersebut menjadi informasi serta menyediakan informasi bagi pemakai di dalam maupun di luar perusahaan. Selain itu sistem informasi Akuntansi adalah satu – satunya CBIS yang bertanggung jawab memenuhi kebutuhan informasi di luar perusahaan.

Informasi Akuntansi berhubungan dengan suatu fungsi yang bertanggung jawab terhadap arus dana kedalam perusahaan, dana diperlukan untuk mendukung kegiatan pemasaran, manufaktur dan kegiatan lainnya maka dari itu sangat perlu mengontrol semua arus dana agar penggunaannya bisa efektif<sup>38</sup>.

#### **4.5 Hubungan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat menggunakan E-wallet Syariah LinkAja**

##### **1) Keamanan dan Kepatuhan Syariah**

Pengguna *e-wallet* syariah mungkin lebih memperhatikan keamanan dan kepatuhan syariah dalam transaksi mereka. Oleh karena itu, sistem informasi Akuntansi yang memastikan kepatuhan syariah dan keamanan transaksi dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap *e-wallet* tersebut.

---

<sup>38</sup> Yohana May et al., “Pengertian Dan Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi,” *Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia*, 2023, 1–13.



2) Kemudahan Penggunaan dan Aksesibilitas

Sistem informasi Akuntansi yang terintegrasi dengan baik dalam *e-wallet* LinkAja dapat meningkatkan kemudahan penggunaan dan aksesibilitas layanan. Informasi yang akurat dan tersedia dengan mudah dapat memudahkan pengguna dalam melacak dan mengelola transaksi mereka, yang dapat meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan *e-wallet* tersebut.

3) Kualitas Layanan dan Pengalaman Pengguna

Sistem informasi Akuntansi yang mendukung kualitas layanan yang tinggi dan pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan minat pengguna untuk terus menggunakan *e-wallet* LinkAja. Informasi yang tepat waktu, akurat, dan mudah diakses dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan memperkuat hubungan antara pengguna dan layanan *e-wallet*.

4) Ketersediaan Informasi tentang Produk dan Layanan

Sistem informasi Akuntansi yang menyediakan informasi yang jelas dan komprehensif tentang produk dan layanan syariah yang ditawarkan melalui *e-wallet* LinkAja dapat meningkatkan minat pengguna yang memiliki kebutuhan atau preferensi tertentu terkait syariah.

5) Pengelolaan Dana dan Investasi yang Transparan

Sistem informasi Akuntansi yang transparan dapat membantu pengguna dalam melacak dan mengelola dana dan investasi mereka melalui *e-wallet* LinkAja dengan lebih efisien. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap platform dan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut.

Memperhatikan faktor-faktor ini, dapat dilihat bahwa sistem informasi Akuntansi yang berkualitas dapat berkontribusi secara positif terhadap minat pengguna dalam menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja, baik melalui aspek keamanan, kemudahan penggunaan, kualitas layanan, ketersediaan informasi, maupun transparansi pengelolaan dana

#### 4.6 Indikator pengaruh sistem informasi Akuntansi terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja

Kualitas sistem informasi Akuntansi harus memenuhi keandalan sehingga dapat memuaskan pengguna. Perilaku pengguna sistem informasi Akuntansi akan mempengaruhi penggunaan teknologi. Nelson, dkk dalam Mulyadi menjelaskan kualitas sistem informasi Akuntansi dapat diukur melalui empat dimensi antara lain:

- 1) Efisiensi adalah dimana sistem informasi Akuntansi yang digunakan menggunakan sumber daya optimal, atau dalam arti lain sistem informasi Akuntansi yang efektif akan menyediakan informasi tentang transaksi dengan cepat dan akurat. Ini penting karena pengguna *e-wallet* sering kali membutuhkan akses instan ke informasi tentang saldo, riwayat transaksi, dan lain-lain. Keefisienan dalam menyediakan informasi ini dapat meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan *e-wallet* secara rutin.
- 2) Accessibility (kemudahan akses) adalah kualitas sistem informasi Akuntansi dimana informasi yang diperlukan dapat diakses dengan mudah dari sistem informasi Akuntansi, Sistem informasi Akuntansi yang user-friendly dan mudah dipahami dapat mempengaruhi minat masyarakat parepare dalam menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja.
- 3) *Integration* dimana semua komponen didalam system bersinergi dalam sistem informasi Akuntansi, atau mengacu pada bagaimana sistem informasi Akuntansi mempengaruhi integrasi layanan *e-wallet* dengan sistem lain, baik itu sistem pembayaran, sistem perbankan, atau sistem manajemen keuangan lainnya, Integrasi dalam *e-wallet* mengacu pada kemampuan untuk menggabungkan atau menyatukan berbagai layanan atau fitur ke dalam platform *e-wallet* tersebut.

- 4) Waktu respon sistem, mengasumsikan respon seperti memproses transaksi seperti transfer uang, pembayaran tagihan, atau pembelian produk yang cepat atau tepat waktu terhadap permintaan akan informasi<sup>39</sup>

## 5. Minat

Menurut Depdiknas, Minat diartikan sebagai “kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan” sedangkan “berminat” diartikan mempunyai (menaruh) minat, kecenderungan hati kepada, ingin (akan)<sup>40</sup>

Secara etimologis, minat merujuk pada perhatian dan kecenderungan terhadap sesuatu yang diinginkan. Namun dalam konteksnya, minat mencakup emosi, harapan, pendapat, prasangka, atau kecenderungan lain yang mempengaruhi seseorang dalam membuat pilihan tertentu. Minat juga merupakan dorongan dari psikis individu untuk menggunakan sesuatu tanpa pengaruh eksternal. Menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang.<sup>41</sup>

Maka dapat diasumsikan bahwa minat adalah suatu pemusatan perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan, kesenangan, kecenderungan hati, keinginan yang tidak disengaja yang sifatnya aktif untuk menerima sesuatu dari luar (lingkungan). Minat adalah sesuatu yang sangat penting bagi seseorang untuk melakukan suatu aktivitas. Dengan minat orang akan berusaha mencapai tujuannya. Oleh karena itu minat dikatakan sebagai salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan.

Dalam penelitian ini minat diartikan sebagai ketertarikan individu dalam bertransaksi menggunakan *Fintech (E-wallet)* Minat seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi minat individu, yaitu:

<sup>39</sup> Mulyadi, *Sistem Informasi Akuntansi* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 112-115.

<sup>40</sup> Departemen Pendidikan Nasional (2013), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.

<sup>41</sup> Iskandarwasid & Dadang Sunendar, “*Strategi Pembelajaran Bahasa*”, Bandung: Rosda, Cet. Ke-3, 2011, h.113

- 1) Faktor internal yang berkaitan dengan aspek fisik dan spiritual individu.
- 2) Motif sosial, yang mencakup kebutuhan untuk diperhatikan dan lingkungan tempat individu berada.
- 3) Faktor emosional, yang menggambarkan seberapa kuat perhatian seseorang terhadap keinginan atau objek tertentu.

Minat setiap individu dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berbeda-beda, dan tiap individu memiliki minat yang unik. Meskipun beberapa individu dapat memiliki minat yang serupa terhadap suatu hal, hal tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor khusus yang memengaruhinya. Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur minat, antara lain:

- 1) Ketertarikan untuk menggunakan
- 2) Konsistensi dalam penggunaan
- 3) Niat untuk terus menggunakan di masa mendatang

Adapun pengukuran minat menggunakan beberapa penelitian ini mengacu pada pendapat Jogiyanto, meliputi :

- 1) Keinginan menggunakan  
Pegguna yang berminat Bertransaksi Menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja akan memiliki keinginan untuk menggunakan layanan tersebut.
- 2) Akan tetap menggunakan di masa depan.  
Apabila pengguna merasa puas dengan layanan *e-walley* syariah LinkAja tersebut, maka pengguna akan memiliki keinginan untuk menggunakannya kembali di masa yang akan datang.
- 3) Cenderung selalu menggunakan aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja untuk bertransaksi melalui aplikasi yang digunakan<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Jogiyanto. (2007). Sistem Teknologi Keperilakuan. Yogyakarta : Andi, 29

## 6. *E-wallet* Dalam Akuntansi Syariah

Dalam pandangan islam, *E-wallet* adalah seperti uang biasa, Namun dalam bentuk yang berbeda, karena itu, bermuamalah dengan uang elektronik atau *e-wallet* sejatinya adalah mubah, sah dan halal selama memenuhi prinsip-prinsip hukum islam dan tidak bertentangan dengan syariat islam. Hal ini berdasarkan Fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah, bahwa penggunaan *e-wallet* atau uang elektronik diperbolehkan selama terhindar dari transaksi ribawi, gharar, maysir, tadlis, risywah, dan israf. Selain itu, sesuai dengan Fatwa DSN-MUI bahwa transaksi *e-wallet* harus terhindar dari unsur-unsur: Riba, Gharar, Maysir, Tadlis, Risywah, dan Israf.

Akuntansi syariah merupakan sistem akuntansi yang didasarkan pada prinsip-prinsip hukum Islam, yang mengatur bagaimana transaksi keuangan harus dilakukan dengan mematuhi aturan-aturan syariah, seperti larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian). Dalam kerangka ini, *e-wallet* Syariah, seperti LinkAja Syariah, berperan penting dalam memastikan bahwa transaksi elektronik tetap sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi syariah.

Adapun dalil dalil yang memperbolehkan bertransaksi menggunakan *e-wallet* :

Dalil diperbolehkannya transaksi *e-wallet* juga dapat didasarkan dengan Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 282, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ آجَلٍ مَّسْمُومٍ فَاكْتُبُوهُ ...

Terjemahnya :

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya.”<sup>43</sup>

Berdasarkan ayat di atas, diisyaratkan bahwa bermuamalah yang dilakukan secara tidak langsung atau non tunai, maka diharuskan adanya pencatatan tentang muamalah. Karena pada ayat di atas terdapat lafadz fi'il amar yang memiliki makna perintah, sedangkan setiap amar itu meruju kepada wajib. Begitu pula dalam mekanisme transaksi *e-wallet* terdapat pencatatan atau riwayat transaksi yang telah dilakukan.

Transaksi *e-wallet* juga memiliki persamaan dari segi rukun dan syarat yang telah ditentukan, dan juga tidak ada dalil yang melarang maupun mendekati hal-hal yang terlarang. Segala mekanisme transaksi yang dilakukan dengan cara melawan hukum yang berlaku atau bertentangan dengan hukum islam yang dipandang tidak sah.

Pandangan persepsi seseorang akan mempengaruhi keputusan seseorang itu dalam menggunakan suatu teknologi. Salah satu contohnya yaitu kemudahan yang diberikan oleh *e-wallet* yang memenuhi konsep islami dengan tidak memberikan kesukaran pada konsumen. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 185 yang berbunyi:

... يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ... ١٨٥

Terjemahnya :

185. ...Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran.<sup>44</sup>

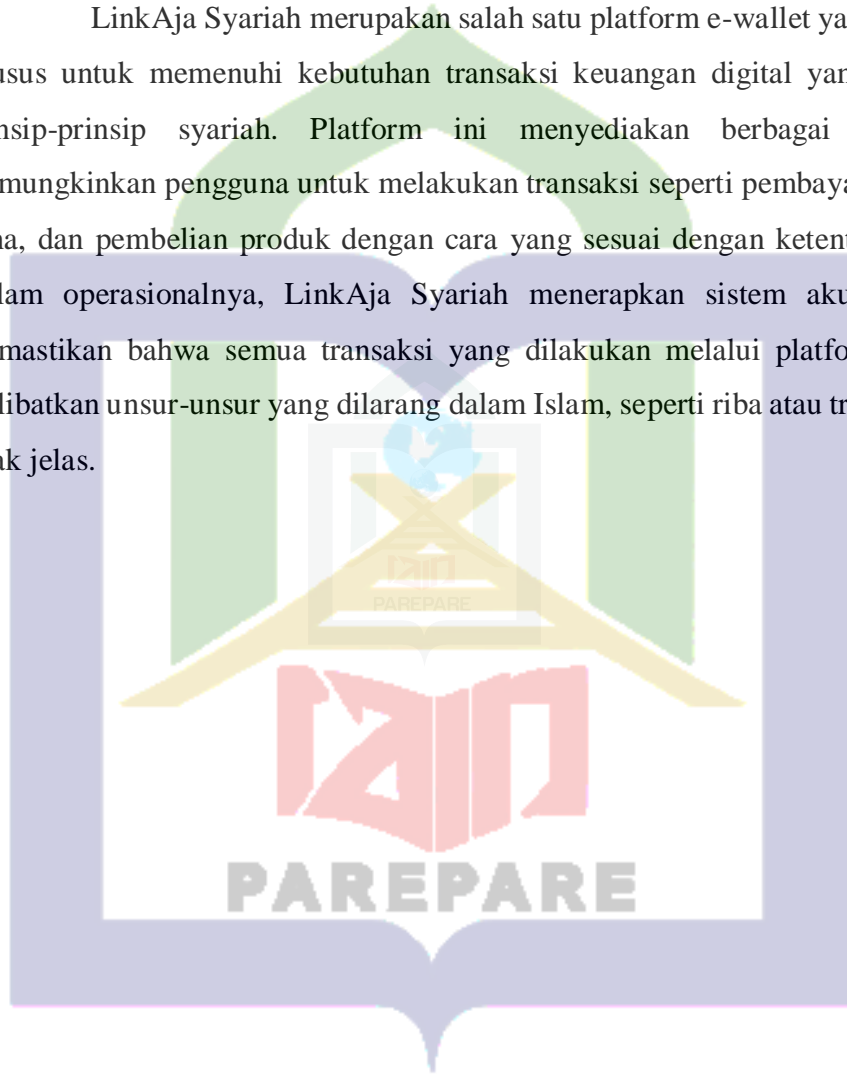
Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah memberikan kemudahan dalam kehidupan manusia dan tidak memberikan kesulitan. Hal ini jika dikaitkan dengan kemudahan dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* dapat dipahami bahwa

<sup>43</sup> Kementerian Agama RI, 'Al Qur'an Dan Terjemahan Surah Al-Baqarah: 282' (Edisi Penyempurnaan, 2019)

<sup>44</sup> Kementerian Agama RI, 'Al Qur'an Dan Terjemahan Surah Al-Baqarah: 185' (Edisi Penyempurnaan, 2019)

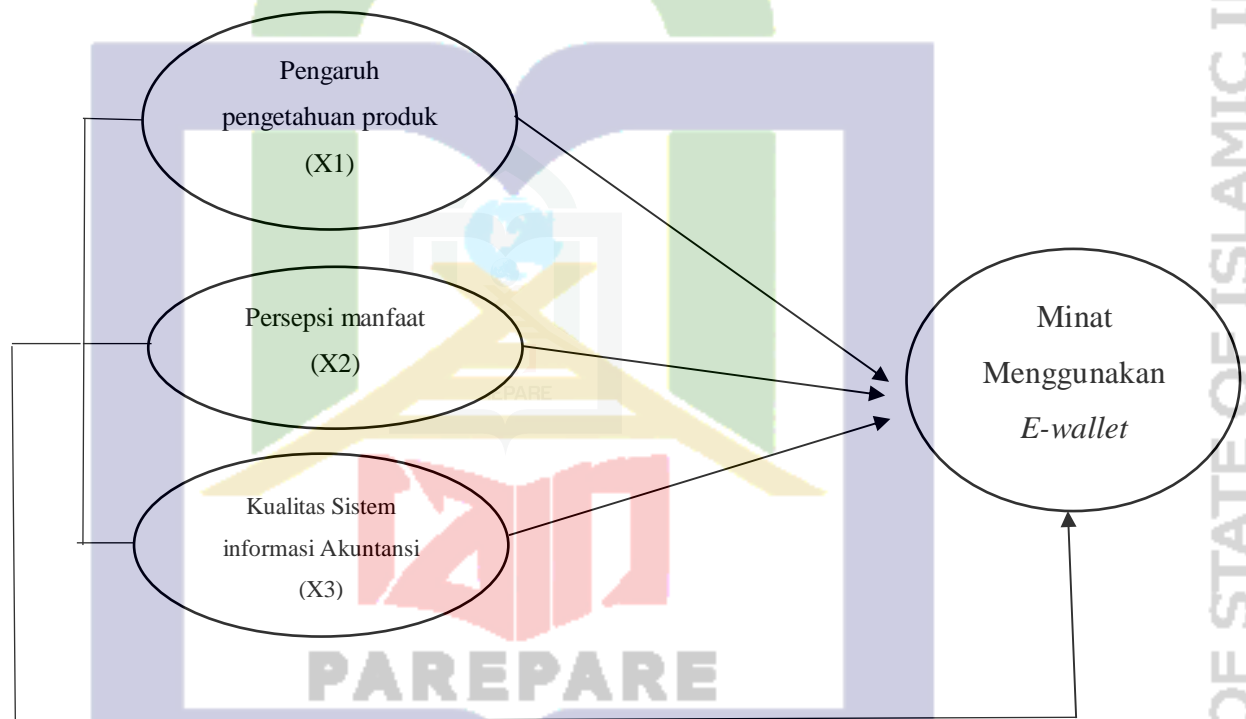
kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi dan mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga dalam menggunakan suatu sistem. Diharapkan kemudahan yang diberikan dapat mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhan sosial dan ekonominya.

LinkAja Syariah merupakan salah satu platform e-wallet yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan digital yang mematuhi prinsip-prinsip syariah. Platform ini menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi seperti pembayaran, transfer dana, dan pembelian produk dengan cara yang sesuai dengan ketentuan syariah. Dalam operasionalnya, LinkAja Syariah menerapkan sistem akuntansi yang memastikan bahwa semua transaksi yang dilakukan melalui platform ini tidak melibatkan unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, seperti riba atau transaksi yang tidak jelas.



### C. Karangka Konseptual

Beberapa literatur mengatakan, kerangka pemikiran dikenal dengan asumsi dasar yang disusun oleh peneliti berdasarkan kerangka teoritis.<sup>45</sup> Berdasarkan dari penjelasan diatas, dari gambaran keseluruhan mengenai Pengaruh pengetahuan produk, persepsi manfaat, dan kualitas sistem informasi akuntansi terhadap minat menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja dengan memberikan kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut :



**Gambar 2.2 Bagan Kerangka Konseptual**

<sup>45</sup> Firdaus, Fakhry Zamzam, "Aplikasi Metodologi Penelitian," (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hal 75



#### D. Hipotesis

Hipotesis penelitian digunakan sebagai dasar dalam pengambilan kesimpulan pada penelitian. Hipotesis adalah jawaban atas suatu masalah yang masih bersifat sementara yang telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan dan masih harus dibuktikan kebenarannya. Penentuan hipotesis sendiri berdasarkan pada kajian teoritis, penelitian yang relevan, dan kerangka berpikir, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : Pengetahuan produk Tidak Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* syariah LinkAja pada masyarakat parepare

$H_1$  : Pengetahuan produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* syariah LinkAja pada masyarakat parepare

$H_0$  : Persepsi Manfaat Tidak Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* Syariah LinkAja pada masyarakat parepare

$H_2$  : : Persepsi Manfaat Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* Syariah LinkAja pada masyarakat parepare

$H_0$  : Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Tidak Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-wallet* syariah LinkAja pada masyarakat parepare

$H_3$  : Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-wallet* syariah LinkAja pada masyarakat parepare

$H_0$  : Pengetahuan produk, persepsi manfaat dan kualitas sistem informasi Tidak Secara Simultan atau bersama sama Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* syariah LinkAja pada masyarakat parepare

$H_4$  : Pengetahuan produk, persepsi manfaat dan kualitas sistem informasi Berpengaruh Secara Simultan atau bersama sama Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* syariah LinkAja pada masyarakat parepare

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang mengandalkan observasi langsung terhadap objek penelitian dalam populasi atau sampel tertentu. Pendekatan kuantitatif lebih memfokuskan keterkaitan terhadap fenomena – fenomena yang memiliki ciri-ciri tertentu pada aktivitas manusia, yang di sebut dengan variable. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dan jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*)

Penelitian kuantitatif digunakan untuk menilai apakah ada atau tidak ada pengaruh pengetahuan produk, persepsi manfaat, dan kualitas sistem informasi akuntansi terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah linkaja pada masyarakat Parepare

Pendekatan penelitian ini adalah dengan metode asosiatif dan metode deskriptif. Pendekatan asosiatif mengacu pada strategi penelitian yang difokuskan pada penyelidikan hubungan antara dua variabel atau lebih. Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan dengan tujuan memberikan gambaran tentang data tanpa maksud membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasi.

Penelitian kuantitatif melibatkan penelitian pada populasi atau sampel tertentu, di mana sampel diambil secara acak, dan data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei, di mana informasi dikumpulkan dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat utama untuk mengumpulkan data.

## B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana dilakukannya penelitian. Lokasi penelitian berada Kota Parepare, Sulawesi selatan karena subjek penelitian adalah masyarakat Parepare

Waktu yang dibutuhkan adalah sekitar  $\pm 2$  bulan disesuaikan dengan waktu yang dibutuhkan penulis untuk meneiliti.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti. Anggota populasi terdiri dari manusia dan benda mati yang sifat-sifatnya dapat diukur dan diamati.<sup>46</sup> Batasan populasi memiliki tiga kriteria yang harus dipenuhi yaitu cakupan, konten dan waktu. Batas populasi juga memuat konsep populasi sasaran yang merupakan batas populasi yang telah direncanakan oleh peneliti dan populasi survei yaitu batas populasi yang ditemukan dilapangan, yang mungkin berbeda dengan batas sasaran. Populasi dalam penelitian ini masyarakat parepare

### 2. Sampel

Sampel merupakan sejumlah anggota yang dipilih atau diambil dari suatu populasi.<sup>47</sup> Konsep ini dapat menjelaskan bahwa sampel ialah bagian dari seluruh populasi yang akan diteliti.

Penelitian ini melibatkan responden masyarakat Parepare. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik random sampling di mana sampel

---

<sup>46</sup> Sutrisno Hadi, *Statistik*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016) h.18.

<sup>47</sup> Muhammad Arif Tiro dan Muhammad Ahsan, *Penyajian Informatif Tabel, Grafik, dan Statistik*, (Makassar: Andira Publisher, 2015), h.19.

diambil secara acak. Dalam teknik non-random sampling ini, peneliti harus memiliki pemahaman tentang populasi yang akan dijadikan sampel.

Untuk menentukan ukuran sampel yang dibutuhkan, maka digunakan rumus Cochran, Rumus Cochran adalah dimana :

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%

p = peluang benar 50%

q = peluang salah 50%

moe = *margin of error* atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat di tolerir. Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat *error* maksimum sebesar 10%<sup>48</sup>. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian adalah 96 responden

#### D. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dari kemudian ditarik kesimpulan<sup>49</sup>. Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel tidak terikat, variabel tidak tergantung dari variabel lainnya. Adapun variabel independen yang digunakan dari penelitian ini yaitu: Pengetahuan produk (X1), Persepsi manfaat (X2), dan

<sup>48</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono*. Bandung: Alfabeta,, 2014.

<sup>49</sup> Kasmadi dan Nia Siti Sumariah, *Panduan modern penelitian kuantitatif*, (Alpabrta, 2014)

kualitas sistem informasi akuntansi (X3). Sedangkan variabel dependen atau variabel tidak bebas merupakan variabel yang terikat atau variabel tergantung oleh variabel lainnya. Adapun variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Minat menggunakan *E-wallet* syariah LinkAja (Y)

a. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>50</sup> Variabel bebas umumnya dilambangkan dengan huruf X, dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas ialah :

- 1) Pengaruh pengetahuan produk (X1), Pengetahuan produk dimaksudkan dimana langkah-langkah konkret yang digunakan untuk mengukur atau mengidentifikasi pengetahuan masyarakat Parepare tentang produk *e-wallet* syariah LinkAja dan sejauh mana pengetahuan tersebut memengaruhi minat mereka untuk menggunakannya. Adapun indikator dari pengetahuan produk menurut Brucks yaitu: *subjective knowlegde, objective knowledge, experience basic knowlage*
- 2) Persepsi manfaat (X2), Persepsi Manfaat dimaksudkan dimana persepsi-persepsi masyarakat sejauh mana individu yakin dengan menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya, adapun indikator dari persepsi manfaat menurut Jogitanto yaitu: mempermudah transaksi pembayaran, mempercepat transaksi pembayaran, memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi, memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran, meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, ( Bandung : Alfabeta 2015) h.23

- 3) Kualitas sistem informasi akuntansi (X3), kualitas sistem informasi akuntansi dimaksudkan dimana ketertarikan masyarakat parepare mencakup langkah-langkah kongkret untuk mengukur seberapa baik sistem informasi akuntansi dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna dalam konteks pengguna *e-wallet* syariah LinkAja, adapun indikator dari kualitas sistem informasi akuntansi menurut Nelson, dkk yaitu: efisiensi, *accessibility* (kemudahan akses), *integration*, waktu respon sistem

b. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>51</sup> Dalam hal ini yang menjadi variabel terikat adalah

- 1) Minat menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja, minat dimaksudkan dimana ketertarikan Masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja sebagai media transaksi online, adapun indikator dari minat menurut Walgito dan Pavlo yaitu: keinginan menggunakan, keinginan menggunakan dimasa depan, tertarik menggunakan, sering menggunakan

**Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Pengetahuan Produk (X1)	Pengetahuan produk dimaksudkan dimana langkah-langkah kongkret yang digunakan untuk mengukur atau mengidentifikasi	Indikator-indikator dari variabel pengetahuan produk menurut Brucks (2008): a. <i>Subjective knowledge</i> b. <i>Objective knowledge</i>	Skala Likert 1-5

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung : Alfabeta 2015) h.24

	<p>pengetahuan masyarakat Parepare tentang produk <i>e-wallet</i> syariah LinkAja dan sejauh mana pengetahuan tersebut memengaruhi minat mereka untuk menggunakannya.</p>	<p><i>c. Experience basic knowledge</i></p>	
Persepsi Manfaat(X2)	<p>Persepsi Manfaat dimaksudkan dimana persepsi-persepsi masyarakat sejauh mana individu yakin dengan menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya</p>	<p>Beberapa indikator untuk mengukur persepsi manfaat menurut Jogiyanto (2017):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mempermudah transaksi pembayaran</li> <li>Mempercepat transaksi pembayaran</li> <li>Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi</li> <li>Memberikan rasa aman Ketika melakukan transaksi pembayaran</li> <li>Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran</li> </ol>	<p>Skala Likert 1-5</p>
Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3)	<p>Kualitas Sistem informasi Akuntansi dimaksudkan dimana Ketertarikan masyarakat mencakup langkah-</p>	<p>Indikator-indikator dari variabel kualitas sistem informasi Akuntansi Nelson et al (2006):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Efisiensi</li> </ol>	<p>Skala Likert 1-5</p>

	langkah konkret untuk mengukur seberapa baik sistem informasi Akuntansi dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna dalam konteks penggunaan <i>e-wallet</i> syariah LinkAja.	b. Accessibility (kemudahan akses) c. Integration d. Waktu respon sistem	
Minat Menggunakan <i>e-wallet</i> (Y)	Minat dimaksudkan dimana ketertarikan Masyarakat dalam menggunakan <i>e-wallet</i> syariah LinkAja sebagai media transaksi online	Indikator-indikator dari variabel Minat menurut Jogiyanto (2007): a. Keinginan menggunakan <i>e-wallet</i> syariah LinkAja b. Keinginan menggunakan <i>e-wallet</i> Syariah LinkAja dimasa depan c. Sering menggunakan <i>e-wallet</i> syariah Linkaja	Skala Likert 1-5

## E. Jenis dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif artinya data yang berbentuk angka bukan dalam bentuk data. Data kuantitatif adalah data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka<sup>52</sup>. Dalam hal ini data

<sup>52</sup> Sugiyono, *Statistik untuk Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010).



kuantitatif yang diperlukan adalah jumlah Masyarakat parepare pengguna LinkAja syariah dan jumlah hasil angket.

## 2. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud disini adalah subjek dari mana data diperoleh. Apabila peneliti menggunakan koesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data tersebut berasal dari responden, yaitu orang yang merespon dan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari peneliti. Baik pertanyaan tertulis maupun lisan.

Proses pengumpulan data yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sebagai berikut:

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari peneliti dari sumber asli. Data primer pada penelitian ini di peroleh langsung dari penyebaran pertanyaan pada masyarakat parepare pengguna atau pernah menggunakan LinkAja syariah

### b. Data Sekunder

Pendukung penelitian ini juga menggunakan data sekunder selain data primer. Data sekunder merupakan sumber data yang dipublikasikan atau digunakan oleh organisasi selain pengelola. Data sekunder penelitian ini diperoleh dari penelitian-penelitian terdahulu, buku-buku, majalah, buku-buku, dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian ini.<sup>53</sup>

## F. Teknik dan Instrument Pengumpulan Data

### 1. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Sedangkan menurut Purwanto instrument

<sup>53</sup> Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010).

penelitian yang pada dasarnya merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian.

Berdasarkan definisi diatas instrumen penelitian memiliki fungsi yang sangat penting dalam proses penelitian. Dengan adanya instrument penelitian ini mempermudah peneliti untuk mengetahui sumber daya data yang akan diteliti serta jenis datanya.

Adapun jenis instrumen yang digunakan yaitu kuesioner (angket) yang mana menurut Purwanto kuesioner merupakan instrument penelitian yang umumnya digunakan untuk penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang berisi pernyataan-pernyataan yang telah disusun sedemikian rupa tentang variabel penelitian.

Kuesioner sendiri memungkinkan dapat digunakan untuk mempelajari karakteristik, sikap, keyakinan, dan perilaku, yang dijadikan responden dalam penelitian. Tujuan pembuatan kuesioner adalah untuk mendapatkan data dengan validitas dan reliabilitas yang setinggi mungkin.

Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala Likert. Dengan menggunakan skala Likert, variabel diukur dan diubah menjadi indikator variabel. Berdasarkan indikator-indikator tersebut dikembangkan pertanyaan atau pernyataan untuk dijadikan unsur instrumen. Tanggapan terhadap setiap item instrumen pada skala Likert berkisar dari sangat positif hingga sangat negatif.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini menggunakan skala penilaian 5 poin yang diberikan kepada masyarakat Parepare dan responden diberikan alternatif jawaban sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Skala Likert**

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban diberikan skor.<sup>54</sup>

<b>Keterangan</b>	<b>Poin Penilaian</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

- 1) Sangat setuju/sangat positif diberi skor 5
- 2) Setuju/ positif diberi skor 4
- 3) Ragu-ragu/ netral diberi skor 3
- 4) Tidak setuju/ negatif diberi skor 2
- 5) Sangat tidak setuju/ sangat negatif diberi skor 1

## 2. Uji Instrumen Penelitian

### a. Uji Validitas

Validitas dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesalihan suatu instrumen penelitian. Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Adapun hasilnya tidak berlaku secara umum, artinya bahwa suatu instrumen dapat memiliki nilai valid yang tinggi pada saat tertentu dan tempat tertentu, akan tetapi menjadi tidak valid untuk waktu yang berbeda atau pada tempat berbeda. Untuk itu diperlukan uji validitas terlebih dahulu untuk mengetahui kualitas instrumen terhadap objek yang akan diteliti.

<sup>54</sup>Kadek I, Komang I, *Instrumen Penelitian*, (Pontianak: Mahameru Press, 2020), Hal 6

Untuk perhitungan uji validitas dari sebuah instrument dapat digunakan rumus *korelasi product moment* atau dikenal juga dengan korelasi pearson. Adapun rumusnya sebagai berikut:<sup>55</sup>

$$r = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisiensi korelasi antara skor butir dan skor total

$N$  = Jumlah subjek penelitian

$\sum x$  = Jumlah skor butir

$\sum y$  = Jumlah skor total

$\sum xy$  = Jumlah perkalian antara skor butir dengan skor total

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat skor butir

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat skor total

Untuk pengambilan keputusan pada uji ini adalah sebagai berikut:

- a. Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif, maka indikator tersebut dinyatakan valid
- b. Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel dan bernilai negatif, maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid

#### b. Uji Reliabilitas

Pengujian reabilitas adalah tes yang menentukan apakah kuesioner penelitian yang akan digunakan untuk mengumpulkan data yang berbeda dapat dipercaya. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika dilakukan pengulangan dan diperoleh hasil yang sama.<sup>56</sup>

<sup>55</sup> Slamet Riyanto, Aglis Andhita, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal 63.

<sup>56</sup> Firdaus Hamta, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, (Yogyakarta: Depublish, 2015) h. 26.

Reliabilitas alat ukur adalah ketetapan atau keajegan alat tersebut dalam mengukur apa yang diukurinya, artinya kapan pun alat ukur tersebut digunakan akan memberikan hal yang sama. Untuk mendapatkan ketetapan atau keajegan dari kuesioner dengan kurun mendapatkan ketetapan atay keajegan dari haisl kuesioner dengan kurun waktu dan tempat yang berbeda, perlu dilakukan uji reliabilitas terhadap isntrumen penelitian dari kuesioner, sehingga hasil penelitian berkualitas.

Ada dua pengujian realibilitas instrument yaitu eksternal dan internal secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalent*, dan gabungan keduanya. Secara internal dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu. Untuk pengujian reliabilitas dapat mengacu pada nilai Croncach Alpha ( $\alpha$ ), dimana suatu konstuk atau variabel dinyatakan reliable apabila memilki Croncach Alpha ( $\alpha$ ) > 0.60.

Rumus uji reliabilitas adalah sebagai berikut: <sup>57</sup>

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

- r = Reliabilitas
- $\sigma t^2$  = Varian Total
- k = Banyak butir pertanyaan atau bank soal
- $\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian butir.

### G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses terakhir dari kegiatan penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan, membuktikan hipotesis, dan menjelaskan fenomena yang menjadi latar belakang penelitian, sebelum melakukan analisis

<sup>57</sup> Slamet riyanto, Aglis Andhita, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Pendekatan di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal 75

terhadap data yang telah dikumpulkan, perlu dilakukan edit data, pengodean dan pengategorian data. Adapun teknik analisis data yang digunakan untuk menguji keterkaitan atau peluang antara variabel independen dan dependen.<sup>58</sup>

### 1. Teknik Asumsi Klasik

Tujuan dilakukan uji asumsi klasik yaitu untuk menghilangkan penyimpangan yang mungkin terjadi dalam analisis regresi sehingga hasil yang akan diperoleh dapat lebih akurat dan mendekati kenyataan.

Adapun uji asumsi klasik tersendiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autikorelasi.<sup>59</sup>

#### a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukan uji normalitas yaitu untuk mendapatkan hasil yang valid dari uji asumsi klasik, sehingga perlu diketahui apakah data tersebut sudah berdistribusi normal. Adapun cara yang digunakan untuk mengetahui apakah data telah terdistribusi dengan normal yaitu dengan uji *kolmogorov-smirnov*, uji *histogram*, dan uji *probability plot*. Jika hasil pengujian *kolmogorov-smirnov* didapat nilai  $\text{iasymp.sig (2-tailed)} > 0,05$ , maka data dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai probabilitas dinyatakan signifikan atau  $< 0,005$  maka dikatakan bahwa data tersebut tidak terdistribusi normal.<sup>60</sup>

#### b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk melihat apakah ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda pada penelitian ini. Jika hasil uji

<sup>58</sup> Garaika Darmanah, *Metodologi Penelitian*, (Lampung Selatan: Hira tech, 2019), hal 76

<sup>59</sup> Diamonalisa, et al, *Mengelolah Data Penelitian Akuntansi Dengan SPSS*, (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022), hal 47

<sup>60</sup> Purba et al, *Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengelolaan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun di Masa Pandemi Covid 19*, jurnal karya abadi, Vol 5, (2021)

multikoloneritas didapat nilai *tolerance* > 0.01 dan nilai *variance inflation factor* (VIP) < 10 maka model regresi terbatas dari multikoloneritas.<sup>61</sup>

### c. Uji Heteroskedastistas

Uji heteroskedastistas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi mengalami ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan-pengamatan lainnya. Pengujian dilakukan dengan uji *scatter plot* dan uji *glesjer*. Dimana jika hasil uji *scatter plot* didapat titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola maka disimpulkan tidak terjadi kesamaan *variance* residual atau dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastistasitas. Jika hasil uji *glesjer* didapat hasil nilai signifikan variabel bebas lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi kesamaan *variance* residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.<sup>62</sup>

## 2. *One Sample T-Test* (Uji Satu Sampel)

Tujuan pengujian *One sample t-test* adalah ingin mengetahui apakah sebuah sampel berasal dari sebuah populasi yang mempunyai rata rata (*mean*) yang sudah diketahui. Dengan kata lain, ingin menguji apakah rata-rata sebuah sampel sudah bisa mewakili populasinya. Jadi pengujian *One sample t-test* pada prinsipnya ingin menguji apakah suatu nilai tertentu yang diberikan sebagai pembanding berbeda secara nyata ataukah tidak dengan rata-rata sample.<sup>63</sup>

Rumus dari *one sample t-test* sebagai berikut:

$$t = \frac{x - \mu}{S/\sqrt{n}}$$

<sup>61</sup> Agus Tri Basuki, *Analisis Regresi Dalam Penelitian & Bisnis*, hal 62

<sup>62</sup> Purba et al, *Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengelolaan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun di Masa Pandemi Covid 19*, (2021) hal 206

<sup>63</sup> Albert Kurniawan, *Belajar Mudah SPSS untuk Pemula*, (Yogyakarta: Mediakkom,2009), h.62

Keterangan:

$t$  = Koefisien  $t$

$\bar{x}$  = Mean Sampel

$\mu$  = Mean Populasi

$S$  = Standar Deviasi Sampel

$n$  = Jumlah Sampel

### 3. Uji Korelasi Person Product Moment

Uji korelasi person product moment digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara korelasi kedua variabel lainnya yang dianggap berpengaruh. Koefisien korelasi biasa dilambangkan dengan huruf  $r$ , dimana ukuran ini dapat diterapkan jika kedua variabel yang dianalisis dengan tingkat data interval. Keeratan hubungan dapat dilihat melalui skala korelasi yang terdiri dua sisi yaitu sisi positif dan negatif. Berikut penentuan keeratan hubungan dalam sebuah analisis data:<sup>64</sup>

**Tabel 3.3 Koefisien korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Lemah
0,20 – 0,39	Lemah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

### 4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menilai dampak variabel independen secara individual dan bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji ini menggunakan uji-t untuk menilai signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai  $t$ -hitung

<sup>64</sup> Priyono, *Analisis Regresi dan Korelasi untuk Penelitian Survei*, (Bogor: Guepedia, 2021) hal 237



dengan t-tabel. Apabila nilai t-hitung lebih besar dibandingkan nilai t-tabel pada taraf signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan sebaliknya. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen atau prediktor, secara parsial maupun simultan. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y	=Minat bertransaksi menggunakan <i>E-wallet</i>
a	= Konstanta
$b_1b_2b_3$	= Koefisien korelasi ganda
X1	= Pengetahuan Produk
X2	= Persepsi Manfaat
X3	= Kualitas Sistem Informasi Akuntansi
e	= Standart eror

## 5. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan teoritis yang mana dikatakan sebagai pernyataan dari keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya sesuai dengan data yang diperoleh dari sampel penelitian. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji F (secara simultan) dan menggunakan uji T (secara parsial)<sup>65</sup>

### a. Uji T (Parsial)

Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk menentukan apakah variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel

<sup>65</sup> Muhammad Zaenuddin, *statistik terapan untuk ekonomi dan bisnis*, (yogyakarta: deepublish, 2020), hal 403

dependen secara parsial. Untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, hipotesis dirumuskan dengan menggunakan tingkat signifikansi statistik sebagai panduan.:

- 1) Apabila probabilitas signifikansi lebih besar 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Apabila probabilitas signifikansi lebih kecil 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### b. Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, bentuk pengujiannya :

- 1)  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$ , artinya secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2)  $H_a : b_1 = b_2 \neq 0$ , artinya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1)  $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$
- 2)  $H_a$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

#### 6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah ukuran yang mengindikasikan seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, koefisien determinasi mencerminkan seberapa banyak variasi dalam variabel Y yang dapat dijelaskan oleh variasi dalam variabel X secara linear. Jika nilai koefisien determinasi adalah satu, ini menunjukkan bahwa garis regresi yang dibentuk secara sempurna sesuai dengan nilai-nilai observasi yang ada..<sup>66</sup>

<sup>66</sup> Dergibson Siagian, “*Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*” (Gramedia Pustaka Utama, 2000) h. 259

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi Data

##### Karakteristik Responden

Seluruh responden yang telah diteliti dapat dikategorikan karakteristiknya sebagai berikut:

- 1) Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jenis_kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Laki laki	46	47.9	47.9	47.9
	Perempuan	50	52.1	52.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

*Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29*

Berdasarkan tabel diatas, distribusi responden berdasarkan jenis kelamin, dari 96 responden terdiri dari 46 (47,9%) responden Laki laki, dan terdiri dari 50 (52,1%) responden Perempuan. Jadi responden terbanyak adalah responden Perempuan

## 2) Karakteristik berdasarkan Umur

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

		Umur			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	17 - 26 tahun	71	74.0	74.0	74.0
	27 - 36 tahun	19	19.8	19.8	93.8
	27 - 46 tahun	1	1.0	1.0	94.8
	37 - 46 tahun	4	4.2	4.2	99.0
<i>Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29</i>		5	5.0	1.0	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, distribusi responden berdasarkan umur, dari 96 responden terdapat 71 (74%) responden yang berusia 17 - 26 Tahun. Sedangkan responden dengan karakteristik usia 27 – 36 Tahun sebanyak 19 (19.8%). Adapun responden dengan usia 37 – 46 Tahun sebanyak 4 (4.2 %) dan sebanyak 1 (1%) responden dengan usia 47 – 50 Tahun. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini di dominasi oleh responden dengan rentang usia 17 – 26 Tahun dengan persentase 74%.

## 3) Karakteristik berdasarkan Asal Kecamatan

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kecamatan**

		Asal			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Bacukiki	19	19.8	19.8	19.8
	Bacukiki Barat	28	29.2	29.2	49.0
	Soreang	29	30.2	30.2	79.2
	Ujung	20	20.8	20.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

*Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29*

Berdasarkan tabel diatas, distribusi responden berdasarkan Asal kecamatan, dari 96 responden terdapat 19 (19.8%) responden yang berasal dari kecamatan bacukiki. Sedangkan responden yang berasal dari kecamatan Bacukiki barat sebanyak 28 (29.2%). Adapun responden yang berasal dari kecamatan Soreang sebanyak 29 (30.2 %) responden dan sebanyak 20 (20.8%) responden yang berasal dari kecamatan Ujung. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini di dominasi oleh responden yang berasal dari kecamatan Soreang dengan persentase 30.2%.

## 2. Hasil Data Instrument

**Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responen Untuk Variabel Pengetahuan Produk (X1)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total Responden
1	Saya mengetahui aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja merupakan dompet digital atau media transaksi online yang menerapkan prinsip-prinsip syariah	30	44	21	0	1	96
2	Saya mengetahui informasi mengenai ragam layanan yang ditawarkan aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja	22	56	15	2	1	96
3	Saya mengetahui beberapa fitur yang ada di aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja	25	36	30	5	0	96
4	Saya mengerti bagaimana cara melakukan <i>top-up</i> di aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja	22	51	22	1	0	96
5	Dengan menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i>	26	36	33	1	0	96

	syariah LinkAja sebagai media transaksi online saya terhindar dari riba dan gharar							
6	Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang ditawarkan aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja.	26	35	29	4	2	96	

Berdasarkan tabel 4.4 distribusi jawaban responden untuk variabel pengetahuan produk (X1) diperoleh data dari 6 item pernyataan dengan 96 responden. Berikut rinciannya:

- a. Butir pernyataan ke-1 yaitu “aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja merupakan dompet digital atau media transaksi online yang menerrapkan prinsip-prinsip syariah” sebanyak 30 responden menjawab ‘sangat setuju’, 45 responden menjawab ‘setuju’, 21 responden menjawab ‘netral’, 0 responden menjawab ‘tidak setuju’, dan 1 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja merupakan dompet digital atau media transaksi online yang menerapkan prinsip-prinsip syariah
- b. Butir pernyataan ke-2 yaitu “mengetahui informasi mengenai ragam layanan yang ditawarkan aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja” sebanyak 22 responden menjawab ‘sangat setuju’, 56 responden menjawab ‘setuju’, 15 responden menjawab ‘netral’, 2 responden menjawab ‘tidak setuju’, dan 1 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa mereka mengetahui informasi mengenai ragam layanan yang ditawarkan aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja
- c. Butir pernyataan ke-3 yaitu “saya mengetahui beberapa fitur yang ada diaplikasi *e-wallet* syariah LinkAja” sebanyak 25 responden menjawab ‘sangat setuju’, 36

responden menjawab 'setuju', 30 responden menjawab 'netral', 5 responden menjawab 'tidak setuju', dan 0 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa mereka mengetahui beberapa fitur yang ada diaplikasi *e-wallet* syariah LinkAja

- d. Butir pernyataan ke-4, yaitu "saya mengerti bagaimana cara melakukan *top-up* diaplikasi *e-wallet* syariah LinkAja" sebanyak 22 responden menjawab 'sangat setuju', 51 responden menjawab 'setuju', 22 responden menjawab 'netral', 1 responden menjawab 'tidak setuju', dan 0 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa mereka mengerti bagaimana cara melakukan *top-up* di aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja
- e. Butir pernyataan ke-5 yaitu "Dengan menggunakan aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja sebagai media transaksi online saya terhindar dari riba dan gharar" sebanyak 26 responden menjawab 'sangat setuju', 36 responden menjawab 'setuju', 33 responden menjawab 'netral', 1 responden menjawab 'tidak setuju', dan 0 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa menggunakan *aplikasi e-wallet* syariah LinkAja sebagai media transaksi online saya terhindar dari riba dan gharar
- f. pernyataan ke-6 yaitu "Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang ditawarkan aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja" sebanyak 26 responden menjawab 'sangat setuju', 35 responden menjawab 'setuju', 29 responden menjawab 'netral', 4 responden menjawab 'tidak setuju', dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa mereka merasa puas dengan kualitas layanan yang ditawarkan aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja

**Tabel 4.5 Hasil Data Instrument Variabel Pengetahuan Produk (X1)**

Indikator		Modus	Median	Mean
<i>Subjective Knowledge</i>	X1.1	4	4	4
	X1.2	4	4	4
<i>Objective Knowledge</i>	X1.3	4	4	4
	X1.4	4	4	4
<i>Experience Based Knowledge</i>	X1.5	4	4	4
	X1.6	4	4	4

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29

Tabel diatas menunjukkan nilai modus, median, dan mean dari setiap indikator di variabel pengetahuan produk (X1)

**Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Respoden Untuk Variabel Persepsi Manfaat (X2)**

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Total Responden
1	Saya merasa dengan menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja membuat transaksi menjadi lebih mudah dan praktis	32	41	23	0	0	96
2	Saya merasa dengan menggunakan aplikasi <i>E-wallet</i> syariah LinkAja, saya dapat melakukan transaksi lebih cepat	27	46	23	0	0	96
3	Saya merasa ada banyak keuntungan tambahan ketika menggunakan <i>e-wallet</i> syariah LinkAja	30	37	29	0	0	96



	dibanding <i>e-wallet</i> lainnya						
4	Saya merasa aman dan tidak khawatir saat melakukan transaksi pembayaran atau tidak takut uang saya hilang	9	29	40	18	0	96
5	Saya merasa bahwa aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja dapat meningkatkan efisiensi dalam hal transaksi keuangan dan manajemen uang.	27	40	29	0	0	96
6	Saya sering menemukan <i>merchant e-wallet</i> syariah LinkAja sebagai metode pembayaran sehingga dapat mengoptimalkan proses transaksi	13	27	53	3	0	96

Berdasarkan tabel 4.6 distribusi jawaban responden untuk variabel persepsi manfaat (X2) diperoleh data dari 6 item pernyataan dengan 96 responden. Berikut rinciannya:

- a. Butir pernyataan ke-1 yaitu “Saya merasa puas dengan menggunakan aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja dapat mempermudah dan transaksi lebih praktis” sebanyak 32 responden menjawab ‘sangat setuju’, 41 responden menjawab ‘setuju’, 23 responden menjawab ‘netral’, 0 responden menjawab ‘tidak setuju’, dan 0 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa dengan menggunakan aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja dapat membuat transaksi menjadi lebih mudah dan praktis
- b. Butir pernyataan ke-2 yaitu “Saya merasa dengan menggunakan aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja, dapat melakukan transaksi lebih cepat” sebanyak 27 responden menjawab ‘sangat setuju’, 46 responden menjawab ‘setuju’, 23 responden

- menjawab 'netral', 0 responden menjawab 'tidak setuju', dan 0 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa dengan menggunakan aplikasi *E-wallet* syariah LinkAja, dapat melakukan transaksi lebih cepat
- c. Butir pernyataan ke-3 yaitu "Saya merasa ada banyak keuntungan tambahan ketika menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja dibanding dengan *e-wallet* lainnya" sebanyak 30 responden menjawab 'sangat setuju', 37 responden menjawab 'setuju', 29 responden menjawab 'netral', 0 responden menjawab 'tidak setuju', dan 0 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa ada banyak keuntungan tambahan ketika menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja dibanding *e-wallet* lainnya
- d. Butir pernyataan ke-4 yaitu "Saya merasa aman dan tidak khawatir saat melakukan transaksi pembayaran atau tidak takut uang hilang" sebanyak 9 responden menjawab 'sangat setuju', 29 responden menjawab 'setuju', 40 responden menjawab 'netral', 18 responden menjawab 'tidak setuju', dan 0 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden menjawab Netral bahwa mereka merasa aman dan khawatir saat melakukan transaksi pembayaran atau tidak takut uang hilang
- e. Butir pernyataan ke-5 yaitu "Saya merasa dengan adanya aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja dapat meningkatkan efisiensi", sebanyak 27 responden menjawab 'sangat setuju', 40 responden menjawab 'setuju', 28 responden menjawab 'netral', 0 responden menjawab 'tidak setuju', dan 0 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa mereka merasa bahwa aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja dapat meningkatkan efisiensi dalam hal transaksi keuangan dan manajemen uang.
- f. Butir pernyataan ke-6 yaitu "Saya sering menemukan *merchant e-wallet* syariah LinkAja sebagai metode pembayaran sehingga dapat mengoptimalkan proses transaksi, sebanyak 13 responden menjawab 'sangat setuju', 27 responden menjawab 'setuju', 53 responden menjawab 'netral', 3 responden menjawab 'tidak

setuju', dan 0 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Netral bahwa mereka sering menemukan *merchant e-wallet* syariah LinkAja sebagai metode pembayaran sehingga dapat mengoptimalkan proses transaksi

**Tabel 4.7 Hasil Data Instrument Variabel Persepsi Manfaat (X2)**

<b>Indikator</b>		<b>Modus</b>	<b>Median</b>	<b>Mean</b>
Mempermudah Transaksi Pembayaran	X2.1	4	4	4
Mempercepat transaksi Pembayaran	X2.2	4	4	4
Memberikan Keuntungan Tambahan Saat Menyelesaikan Transaksi	X2.3	4	4	4
Memberikan Rasa Aman Ketika Melakukan Transaksi Pembayaran	X2.4	3	3	3
Meningkatkan Efesiensi	X2.5	4	4	4
	X2.6	3	3	3

*Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29*

Tabel diatas menunjukkan nilai modus, median, dan mean dari setiap indikator di variabel persepsi manfaat (X2)

**Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Respoden Untuk Variabel Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3)**

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Total Responden
1	Saya merasa aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja lebih efisien karena menampilkan informasi akuntansi yang cepat dan akurat	27	42	27	0	0	96
2	Saya jarang mengalami masalah saat mencoba mengakses riwayat transaksi di <i>e-wallet</i> syariah LinkAja	17	29	43	3	4	96
3	Saya merasa kualitas informasi akuntansi dari aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja mudah diakses dan dapat dipahami	25	43	28	0	0	96
4	Proses Login ke aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja syariah cepat dan mudah	30	39	27	0	0	96
5	Saya merasa bahwa integrasi layanan <i>e-wallet</i> syariah LinkAja membawa kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan layanan keuangan digital.	31	38	27	0	0	96
6	Saya dapat dengan mudah menghubungkan aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja dengan <i>platform e-</i>	27	26	39	4	0	96

	<i>commerce</i> yang saya gunakan						
7	Saya merasa aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja memiliki waktu respon yang cepat seperti proses transfer uang atau pembayaran yang cepat dan tepat waktu	26	43	27	0	0	96
8	Saya merasa notifikasi dari aplikasi LinkAja muncul dengan cepat setelah transaksi dilakukan	30	41	25	0	0	96

Berdasarkan tabel 4.8 distribusi jawaban responden untuk variabel kualitas sistem informasi akuntansi (X3) diperoleh data dari 8 item pernyataan dengan 96 responden. Berikut rinciannya:

- a. Butir pernyataan ke-1 yaitu “Saya merasa aplikasi *e-wallet* LinkAja lebih efisien menampilkan informasi akuntansi yang lebih cepat dan akurat” sebanyak 27 responden menjawab ‘sangat setuju’, 43 responden menjawab ‘setuju’, 27 responden menjawab ‘netral’, 0 responden menjawab ‘tidak setuju’, dan 0 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa mereka merasa aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja lebih efisien karena menampilkan informasi akuntansi yang cepat dan akurat
- b. Butir pernyataan ke-2 yaitu “ Saya jarang mengalami masalah saat mencoba mengakses riwayat transaksi di *e-wallet* syariah LinkAja”, sebanyak 17 responden menjawab ‘sangat setuju’, 29 responden menjawab ‘setuju’, 43 responden menjawab ‘netral’, 3 responden menjawab ‘tidak setuju’, dan 4 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Netral bahwa mereka jarang mengalami masalah saat mencoba mengakses riwayat transaksi di *e-wallet* syariah LinkAja

- c. Butir pernyataan ke-3 yaitu “saya merasa kualitas informasi akuntansi dari aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja mudah diakses dan dapat dipahami”, sebanyak 25 responden menjawab ‘sangat setuju’, 43 responden menjawab ‘setuju’, 28 responden menjawab ‘netral’, 0 responden menjawab ‘tidak setuju’, dan 0 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa mereka merasa kualitas informasi akuntansi dari aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja mudah diakses dan dapat dipahami
- d. Butir pernyataan ke-4 yaitu “Proses *Login* ke aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja cepat dan mudah”, sebanyak 30 responden menjawab ‘sangat setuju’, 39 responden menjawab ‘setuju’, 27 responden menjawab ‘netral’, 0 responden menjawab ‘tidak setuju’, dan 0 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa proses *login* ke aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja syariah cepat dan mudah
- e. Butir pernyataan ke-5 yaitu “Saya merasa bahwa integritas layanan *e-wallet* syariah LinkAja membawa kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan layanan keuangan digital”, sebanyak 31 responden menjawab ‘sangat setuju’, 38 responden menjawab ‘setuju’, 27 responden menjawab ‘netral’, 0 responden menjawab ‘tidak setuju’, dan 0 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa mereka merasa bahwa integrasi layanan *e-wallet* syariah LinkAja membawa kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan layanan keuangan digital.
- f. Butir pernyataan ke-6 yaitu “Saya dapat dengan mudah menghubungkan aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja dengan *platform e-commerce* yang saya gunakan”, sebanyak 27 responden menjawab ‘sangat setuju’, 26 responden menjawab ‘setuju’, 39 responden menjawab ‘netral’, 4 responden menjawab ‘tidak setuju’, dan 0 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Netral bahwa mereka dapat dengan mudah menghubungkan aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja dengan *platform e-commerce* yang digunakan

- g. Butir pernyataan ke-7 yaitu “Saya merasa aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja memiliki waktu respon yang cepat seperti proses transfer uang atau pembayaran yang cepat dan tepat waktu”, sebanyak 26 responden menjawab ‘sangat setuju’, 43 responden menjawab ‘setuju’, 27 responden menjawab ‘netral’, 0 responden menjawab ‘tidak setuju’, dan 0 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa mereka merasa aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja memiliki waktu respon yang cepat seperti proses transfer uang atau pembayaran yang cepat dan tepat waktu
- h. Butir pernyataan ke-8 yaitu “Saya merasa notifikasi dari aplikasi LinkAja muncul dengan cepat setelah transaksi dilakukan”, sebanyak 30 responden menjawab ‘sangat setuju’, 41 responden menjawab ‘setuju’, 25 responden menjawab ‘netral’, 0 responden menjawab ‘tidak setuju’, dan 0 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa mereka merasa notifikasi dari aplikasi LinkAja muncul dengan cepat setelah transaksi dilakukan

**Tabel 4.9 Hasil Data Instrument Variabel Kualitas Sistem Infomasi Akuntansi (X3)**

Indikator		Modus	Median	Mean
Efisiensi	X3.1	4	4	4
	X3.2	3	3	3
<i>Accessibility</i> (Kemudahan Akses)	X3.3	4	4	4
	X3.4	4	4	4
<i>Integration</i>	X3.5	4	4	4
	X3.6	3	4	4
Waktu Respon Sistem	X3.7	4	4	4
	X3.8	4	4	4

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29



Tabel diatas menunjukkan nilai modus, median, dan mean dari setiap indikator di variabel kualitas sistem informasi akuntansi (X3)

**Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Respoden Untuk Variabel Minat (Y)**

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Total Responden
1	Saya berminat untuk menggunakan aplikasi <i>E-wallet</i> sebagai salah satu sarana dalam melakukan transaksi pembayaran	29	43	22	2	0	96
2	Saya berkeinginan menggunakan LinkAja kerana adanya keyakinan keamanan transaksi	24	40	32	0	0	96
3	Saya berminat ingin menggunakan <i>e-wallet</i> dalam beberapa bulan mendatang	27	38	29	2	0	96
4	Saya berminat menggunakan <i>e-wallet</i> syariah LinkAja dimasa depan karena adanya kejelasan tentang arah pengembangannya	25	36	35	0	0	96
5	Saya merasa nyaman bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> syariah LinkAja dalam bertransaksi	26	36	34	0	0	96
6	Saya berminat bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> syariah LinkAja disetiap ingin melakukan transaksi secara online	22	46	26	2	0	96

Berdasarkan tabel 4.10 distribusi jawaban responden untuk variabel minat (Y) diperoleh data dari 6 item pernyataan dengan 96 responden. Berikut rinciannya:

- a. Butir pernyataan ke-1 yaitu “Saya berminat untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* sebagai salah satu sarana dalam melakukan transaksi pembayaran”, sebanyak 29 responden menjawab ‘sangat setuju’, 43 responden menjawab ‘setuju’, 22



- responden menjawab 'netral', 2 responden menjawab 'tidak setuju', dan 0 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa mereka berminat untuk menggunakan aplikasi *E-wallet* sebagai salah satu sarana dalam melakukan transaksi pembayaran
- b. Butir pernyataan ke-2 yaitu "Saya berkeinginan menggunakan LinkAja karena adanya keyakinan keamanan transaksi", sebanyak 24 responden menjawab 'sangat setuju', 40 responden menjawab 'setuju', 32 responden menjawab 'netral', 0 responden menjawab 'tidak setuju', dan 0 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa mereka berkeinginan menggunakan LinkAja karena adanya keyakinan keamanan transaksi
- c. Butir pernyataan ke-3 yaitu "Saya berminat ingin menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja dalam beberapa bulan mendatang", sebanyak 27 responden menjawab 'sangat setuju', 38 responden menjawab 'setuju', 29 responden menjawab 'netral', 2 responden menjawab 'tidak setuju', dan 0 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju mereka berminat ingin menggunakan *e-wallet* dalam beberapa bulan mendatang
- d. Butir pernyataan ke-4 yaitu "Saya berminat menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja dimasa depan karena adanya kejelasan tentang arah pengembangannya", sebanyak 25 responden menjawab 'sangat setuju', 36 responden menjawab 'setuju', 35 responden menjawab 'netral', 0 responden menjawab 'tidak setuju', dan 0 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden menjawab Netral bahwa mereka berminat menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja dimasa depan karena adanya kejelasan tentang arah pengembangannya
- e. Butir pernyataan ke-5 yaitu "Saya merasa nyaman bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja dalam bertransaksi", sebanyak 26 responden menjawab 'sangat setuju', 36 responden menjawab 'setuju', 34 responden menjawab 'netral',

0 responden menjawab ‘tidak setuju’, dan 0 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’ dari Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Netral bahwa mereka merasa nyaman bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja dalam bertransaksi

- f. Butir pernyataan ke-6 yaitu “Saya berminat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja disetiap ingin melakukan transaksi secara online”, sebanyak 22 responden menjawab ‘sangat setuju’, 46 responden menjawab ‘setuju’, 26 responden menjawab ‘netral’, 2 responden menjawab ‘tidak setuju’, dan 0 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total responden yaitu 96, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa mereka berminat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja disetiap ingin melakukan transaksi secara online

**Tabel 4.11 Hasil Data Instrument Variabel Minat (Y)**

Indikator		Modus	Median	Mean
Keinginan Menggunakan	Y1	4	4	4
	Y2	4	4	4
Akan Tetap Menggunakan	Y3	4	4	4
	Y4	3	4	4
Cenderung Selalu Menggunakan	Y5	3	4	4
	Y6	4	4	4

*Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29*

Tabel diatas menunjukkan nilai modus, median, dan mean dari setiap indikator di variabel Minat menggunakan (Y)

## B. Pengujian Persyaratan Analisis Data

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), nilai maksimum, dan nilai minimum.

**Tabel 4.12 Hasil Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
X1.1	96	1	5	4.06	.792	
X1.2	96	1	5	4.00	.754	
X1.3	96	2	5	3.84	.875	
X1.4	96	2	5	3.98	.711	
X1.5	96	2	5	3.91	.809	
X1.6	96	1	5	3.82	.951	
X2.1	96	3	5	4.09	.755	
X2.2	96	3	5	4.04	.724	
X2.3	96	3	5	4.01	.788	
X2.4	96	2	5	3.30	.884	
X2.5	96	3	5	3.98	.767	
X2.6	96	2	5	3.52	.767	
X3.1	96	3	5	4.00	.754	
X3.2	96	1	5	3.54	.962	
X3.3	96	3	5	3.97	.746	
X3.4	96	3	5	4.03	.774	
X3.5	96	3	5	4.04	.780	
X3.6	96	2	5	3.79	.905	
X3.7	96	3	5	3.99	.747	
X3.8	96	3	5	4.05	.759	
Y1	96	2	5	4.03	.787	
Y2	96	3	5	3.92	.763	
Y3	96	2	5	3.94	.818	
Y4	96	3	5	3.90	.788	

Y5	96	3	5	3.92	.790
Y6	96	2	5	3.92	.763
Valid N (listwise)	96				

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29

Dari Tabel 4.12 Dapat Dilihat Bahwa Penelitian Ini Menggunakan 3 Variabel Independen (X) Dan 1 Variabel Dependen (Y), Yaitu Pengetahuan Produk = X1, Persepsi Manfaat= X2, Kualitas Sistem Informasi Akuntansi = X3, Dan Y= Minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah, Jumlah Responden dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Berdasarkan hasil uji deskriptif diatas,dapat kita gambarkan distribusi data yang didapatkan oleh peneliti adalah :

1. Nilai minimal variabel X1.1 yaitu 1, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 4,6 dan standar deviasinya 0,792
2. Nilai minimal variabel X1.2 yaitu 1, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 4,0 dan standar deviasinya 0,754
3. Nilai minimal variabel X1.3 yaitu 2, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,84 dan standar deviasinya 0,875
4. Nilai minimal variabel X1.4 yaitu 2, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,98 dan standar deviasinya 0,711
5. Nilai minimal variabel X1.5 yaitu 2, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,91 dan standar deviasinya 0,809
6. Nilai minimal variabel X1.6 yaitu 1, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,82 dan standar deviasinya 0,951
7. Nilai minimal variabel X2.1 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 4,09 dan standar deviasinya 0,755
8. Nilai minimal variabel X2.2 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 4,04 dan standar deviasinya 0,724
9. Nilai minimal variabel X2.3 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 4,01 dan standar deviasinya 0,788

10. Nilai minimal variabel X2.4 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,30 dan standar devisiasinya 0,884
11. Nilai minimal variabel X2.5 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,98 dan standar devisiasinya 0,767
12. Nilai minimal variabel X2.6 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,52 dan standar devisiasinya 0,767
13. Nilai minimal variabel X3.1 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,00 dan standar devisiasinya 0,754
14. Nilai minimal variabel X3.2 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,54 dan standar devisiasinya 0,962
15. Nilai minimal variabel X3.3 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 4,09 dan standar devisiasinya 0,724
16. Nilai minimal variabel X3.4 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 4,03 dan standar devisiasinya 0,774
17. Nilai minimal variabel X3.5 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 4,04 dan standar devisiasinya 0,780
18. Nilai minimal variabel X3.6 yaitu 2, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,79 dan standar devisiasinya 0,905
19. Nilai minimal variabel X3.7 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,99 dan standar devisiasinya 0,747
20. Nilai minimal variabel X3.8 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 4,05 dan standar devisiasinya 0,759
21. Nilai minimal variabel Y.1 yaitu 2, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 4,093 dan standar devisiasinya 0,787
22. Nilai minimal variabel Y.2 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,92 dan standar devisiasinya 0,763
23. Nilai minimal variabel Y.3 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,92 dan standar devisiasinya 0,763

24. Nilai minimal variabel Y.4 yaitu 2, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,90 dan standar deviasinya 0,788
25. Nilai minimal variabel Y.5 yaitu 3, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,92 dan standar deviasinya 0,790
26. Nilai minimal variabel Y.6 yaitu 2, nilai maksimal 5, nilai rata-ratanya 3,92 dan standar deviasinya 0,763

## 2. Uji Validitas

Suatu kuesioner diukur valid atau tidaknya dengan menggunakan uji validitas. Sebuah instrumen atau kuesioner yang berupa pertanyaan dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner atau instrumen dapat membuktikan hasil yang pada uji validitas tersebut. Pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan valid jika hasil didasarkan pada nilai signifikan 5% atau lebih tinggi dari 0,05. Sehingga, jika angka signifikansinya lebih tinggi dari atau sebesar 0,05 berarti data dapat dikatakan pertanyaan dalam kuesioner valid.<sup>67</sup>

Sebuah instrumen penelitian valid jika mampu mengukur apa yang hendak dari variabel yang diteliti. Untuk mengukur validitas dapat digunakan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dimana:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pernyataan dikatakan valid
- b. b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item pernyataan dikatakan tidak valid Dan dinyatakan valid Apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% (0.05).<sup>68</sup>

Dalam penelitian ini besar df (degree of freedom) yaitu 94 dengan rumus  $df = N - 2$  dimana  $N =$  jumlah sampel dalam penelitian ini (96 sampel) jadi,  $df = (96 - 2) = 94$ . dengan taraf signifikansi 0,05 untuk uji dua arah, maka diperoleh  $r_{tabel}$  nilai 0,2006.

<sup>67</sup> Taupik Ismail and Ramayani Yusuf, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung', Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 5.3 (2021), 413–23.

<sup>68</sup> Hasmawati, "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan)", Semarang: UIN Walisongo Semarang (2023)

Jadi, apabila hasil dari  $r_{hitung}$  tiap item pernyataan melebihi angka 0,2006 maka item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel X**

Variabel	No. Item Pernyataan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Nilai Signifikasi	Keterangan
Pengetahuan Produk (X1)	1	0,697	0,2006	0,001	Valid
	2	0,264	0,2006	0,001	Valid
	3	0,748	0,2006	0,001	Valid
	4	0,580	0,2006	0,001	Valid
	5	0,712	0,2006	0,001	Valid
	6	0,792	0,2006	0,001	Valid
Persepsi Manfaat (X2)	1	0,850	0,2006	0,001	Valid
	2	0,834	0,2006	0,001	Valid
	3	0,761	0,2006	0,001	Valid
	4	0,502	0,2006	0,001	Valid
	5	0,773	0,2006	0,001	Valid
	6	0,626	0,2006	0,001	Valid
Kualitas Informasi Akuntansi (X3)	1	0,866	0,2006	0,001	Valid
	2	0,261	0,2006	0,001	Valid
	3	0,889	0,2006	0,001	Valid
	4	0,894	0,2006	0,001	Valid
	5	0,845	0,2006	0,001	Valid
	6	0,360	0,2006	0,001	Valid

	7	0,881	0,2006	0,001	Valid
	8	0,821	0,2006	0,001	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji validitas variabel X, dapat diketahui bahwa nilai dari jumlah 26 item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 100% item pernyataan dalam kuisisioner tersebut dinyatakan Valid.

**Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Y**

Variabel	No. Item Pernyataan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Nilai Signifikasi	Keterangan
Minat Menggunakan <i>e-wallet</i> syariah (Y)	1	0,790	0,2006	0,001	Valid
	2	0,813	0,2006	0,001	Valid
	3	0,741	0,2006	0,001	Valid
	4	0,793	0,2006	0,001	Valid
	5	0,832	0,2006	0,001	Valid
	6	0,779	0,2006	0,001	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji validitas variabel Y, dapat diketahui bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dari jumlah 6 item pernyataan yang terdapat dalam kuisisioner. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 100% item pernyataan dalam kuisisioner tersebut dinyatakan Valid.

### 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada suatu instrument penelitian adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah kuisisioner yang digunakan dalam pengambilan data penelitian sudah dapat dikatakan reliabel atau tidak



Dalam menguji reliabilitas digunakan uji konsistensi internal dengan menggunakan nilai *Cronbach Alpha* Kriteria yang digunakan adalah:

- a. Jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach Alpha*  $< 0,60$  maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.<sup>69</sup>

**Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Nilai Reliabilitas	Keterangan
1.	Pengetahuan Produk (X1)	0,828	0,60	Reliabel
2.	Persepsi Manfaat (X2)	0,864	0,60	Reliabel
3.	Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3)	0,886	0,60	Reliabel
4.	Minat Bertransaksi (Y)	0,947	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji Reliabilitas disetiap variable didapatkan nilai *Cronbach Alpha* Variabel X1 = 0,828, Variabel X2 = 0,864, Variabel X3 = 0,886 dan Variabel Y = 0,947, Dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai reliabilitas sebesar 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini Reliabel

<sup>69</sup> Esi Rosita, Wahyu Hidayat, and Wiwin Yuliani, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosocial," *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)* 4, no. 4 (2021): 279, <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolonieritas adalah uji prasyarat yang dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan, dengan tujuan agar dapat menghasilkan model regresi yang memenuhi kriteria BLUE (Best Linier Unbiased Estimator), yang berarti adanya hubungan sempurna, linier dan pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi.

##### a. Uji Normalitas

Pengujian ini untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Salah satu cara untuk mendeteksinya yaitu dengan melakukan Uji Normalitas dengan metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi (Asym sig 2 tailed)  $> 0,05$ , maka data terdistribusi dengan normal
- b) Jika nilai signifikansi (Asym sig 2 tailed)  $< 0,05$ , maka data tidak terdistribusi dengan normal<sup>70</sup>

**Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

No.	Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Nilai sig	Keterangan
1.	Pengetahuan Produk (X1)	0,199	0,05	Berdistribusi Normal

<sup>70</sup> Gun Mardiatmoko, 'Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linear Berganda (Studi kasus Pada Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda), Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan (2020)

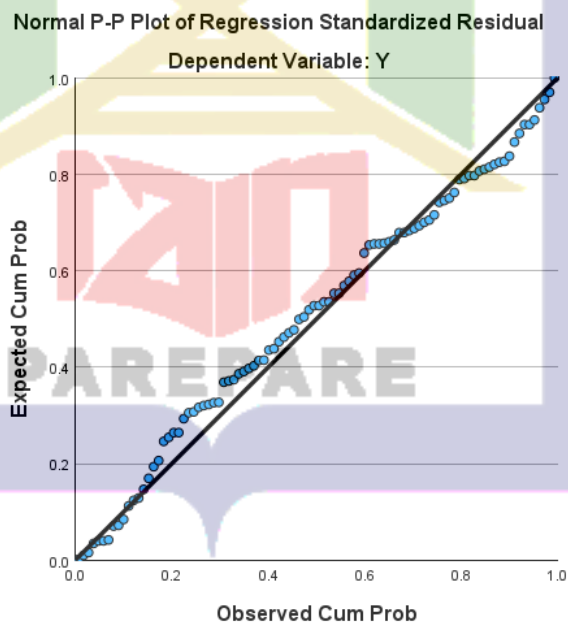
2.	Persepsi Manfaat (X2)	0,200	0,05	Berdistribusi Normal
3.	Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3)	0,195	0,05	Berdistribusi Normal

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel 4.16, dapat dilihat bahwa nilai sig. pada uji *Kolmogorov Smirnov Goodness*, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) variable X1 = 0,199 > 0,05, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) variable X2 = 0,200 > 0,05, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) variable X3 = 0,195 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini residual dinyatakan berdistribusi normal.

#### 1) Uji Grafik P-plot

**Gambar 4.1 Hasil uji Grafik P-Plot**

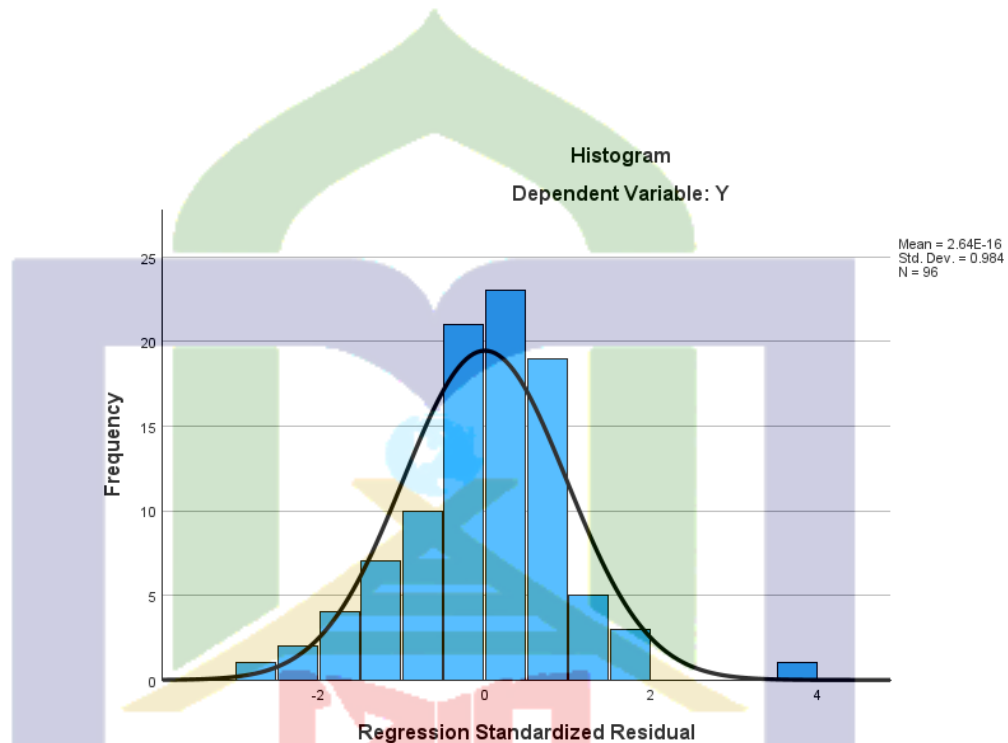


Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan pada gambar 4.1 Hasil uji grafik P-Plot dapat dilihat titik- titik mengikuti garis diagonal, sehingga memperkuat bahwa variabel berdistribusi secara normal.

## 2) Uji Histogram

**Gambar 4.2 Hasil Uji Histogram**



*Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29*

Berdasarkan pada gambar 4.2 Hasil uji histogram menggambarkan pola distribusi yang tidak cenderung ke kanan dan ke kiri, namun tepat ke tengah dan membentuk lengkungan ke atas sehingga hasilnya berdistribusi normal.

## 3) Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinearitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik, tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

- a) Jika nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance* > 0,01 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas
- b) Jika nilai VIF > 10 atau nilai *Tolerance* < 0,01 maka dinyatakan terjadi multikolinearitas<sup>71</sup>

**Tabel 4.17 Hasil Uji Multikoloneritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.334	1.831		.182	.856		
Pengetahuan Produk (X1)	.209	.119	.180	1.748	.084	.360	2.777
Persepsi Manfaat (X2)	.153	.155	.132	.986	.327	.212	4.725
Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3)	.473	.105	.544	4.493	<.001	.260	3.851

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel 4.17 dapat dilihat bahwa hasil pengujian terhadap 3 variabel independen diperoleh:

- a. Nilai VIF pada variabel pengetahuan produk (X1)  $2,777 < 10$ , nilai tolerance  $0,360 > 0,01$

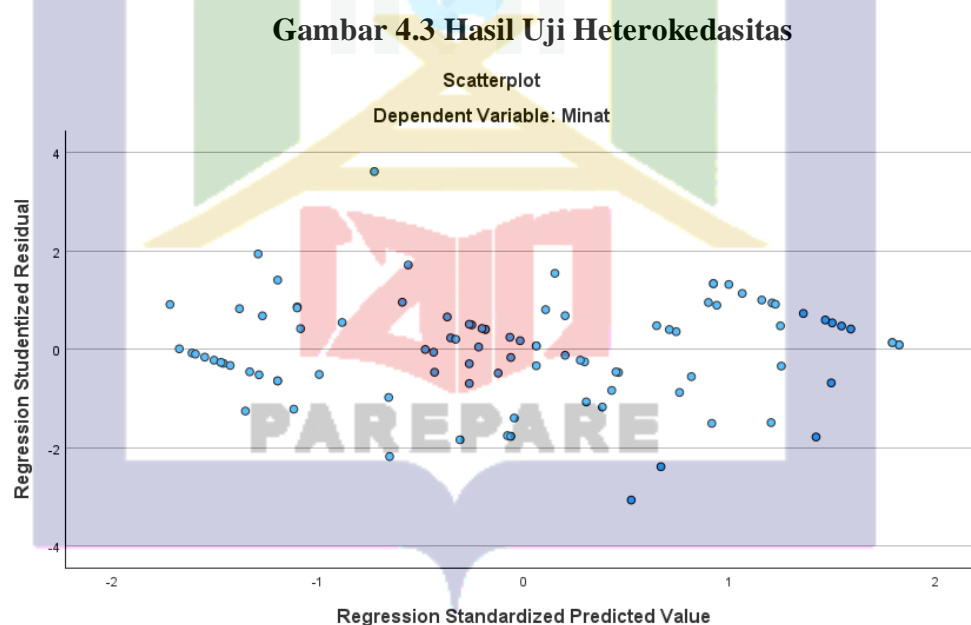
<sup>71</sup> Ghozali, I 'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8', Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- b. Nilai VIF pada variabel persepsi manfaat (X2)  $4,725 < 10$ , nilai tolerance  $0,212 > 0,01$
- c. Nilai VIF variabel kualitas sistem informasi akuntansi (X3)  $3,851 < 10$ , nilai tolerance  $0,260 > 0,01$

Sehingga dapat disimpulkan masing-masing variabel independen tidak terjadi masalah multikolinearitas

#### 4) Uji Heterokedasitas

Uji Heteroskedasitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan dengan yang lain. Peneliti menggunakan *scatterplot* untuk mengetahui terjadi tidaknya masalah heterokedasitas. Jika grafik *scatterplot* menunjukkan titik titik yang menyebar secara merata dan tidak membentuk pola maka dapat dikatakan tidak terjadi masalah heterokedasitas. Berikut hasil uji heteroskedasitas yang diperoleh<sup>72</sup>



*Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29*

<sup>72</sup> Ghozali, I 'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8', Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik titik pada grafik *scatterplot* menyebar secara merata dan tidak membentuk suatu pola. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedasitas.

### 5. Uji *One Sample T-Test*

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa baik pengetahuan produk, persepsi manfaat, kualitas sistem informasi akuntansi dan minat Masyarakat Parepare menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja dapat diketahui dengan melakukan uji *one sample t-test* dapat dilakukan dengan cara:

Dasar pengambilan Keputusan *one sample t-test*:

- a) Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- b) Jika nilai Sig. (2-tailed) > 0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Dasar pengambilan Keputusan dengan membandingkan nilai t:

- a) Jika nilai t hitung > t tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- b) Jika nilai t hitung < t tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak<sup>73</sup>

**Tabel 4.18 Skor Klasifikasi**

Skor	Klasifikasi
84,01% - 100%	Sangat Baik
68,01% - 84,00%	Baik
52,01% - 68,00%	Cukup
36,01% - 52,00%	Buruk
20,01% - 36,00%	Sangat Buruk

<sup>73</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 135

Tabel 4.19 Hasil Uji *One Sample T-Test*

	One-Sample Test					
	Test Value = 75					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
Lower					Upper	
Pengetahuan Produk (X1)	-139.653	95	.000	-51.385	-52.12	-50.65
Persepsi Manfaat (X2)	-140.669	95	.000	-52.052	-52.79	-51.32
Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3)	-88.670	95	.000	-43.583	-44.56	-42.61
Minat (Y)	-120.272	95	.000	-51.385	-52.23	-50.54

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29

a. Hasil Uji One Sample T-Test Variabel Pengetahuan Produk (X1)

Untuk menjawab rumusan masalah deskriptif tersebut, maka langkah pertama ditentukan terlebih dahulu skor ideal. Skor ideal adalah skor yang ditetapkan dengan asumsi bahwa setiap responden pada setiap pernyataan memberi jawaban skor tertinggi. Selanjutnya untuk menjawab seberapa baik pengetahuan produk Masyarakat Parepare mengenai *e-wallet* syariah LinkAja .

Skor ideal untuk Pengetahuan Produk (X1) yaitu  $5 \times 6 \times 96 = 2.880$  (5 = skor tertinggi, 6 = jumlah item instrument, 96 = jumlah responden). Maka diperoleh nilai rata-rata  $2.880 : 96 = 30$ . Untuk variable pengetahuan produk (X1) Masyarakat Parepare nilai yang dihipotesiskan paling tinggi 75% dari nilai ideal. Hal ini berarti  $0,75 \times 30 = 22,5$ . Hipotesis statistik dapat dirumuskan yaitu  $H_0$  untuk memprediksi nilai yang dihipotesiskan lebih rendah atau sama dengan 75% dari skor ideal  $H_a$  lebih besar dari 75% dari skor ideal yang diharapkan,

Berdasarkan *one sample t-test* diatas dengan taraf kepercayaan 95% dilihat dari t hitung yaitu -139.653, jika dibandingkan dengan t tabel  $Df = n - k = (96 - 4) = 92$  dengan taraf signifikan  $\alpha = 5\%$  (0,05) diperoleh t tabel sebesar 1,661. Nilai t hitung  $-139.653 < 1,661$  t tabel, maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak dengan demikian



bahwa Pengetahuan produk “paling tinggi 75% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga didalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel.

Adapun perhitungan sample diatas ditemukan rata rata pengetahuan produk = 30% dari yang diharapkan secara ideal, skor diharapkan untuk jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner adalah 2.880 dari perhitungan dalam tabel jawaban responden menunjukkan nilai yang diperoleh 2.267 atau 78,7% dari skor ideal. Dengan ini variabel pengetahuan produk beradaa pada kategori baik

b. Hasil Uji One Sample T-Test Variabel Persepsi Manfaat (X2)

Untuk menjawab rumusan masalah deskriptif tersebut, maka langkah pertama ditentukan terlebih dahulu skor ideal. Skor ideal adalah skor yang ditetapkan dengan asumsi bahwa setiap responden pada setiap pernyataan memberi jawaban skor tertinggi. Selanjutnya untuk menjawab seberapa baik persepsi manfaat Masyarakat Parepare mengenai *e-wallet* syariah LinkAja .

Skor ideal untuk Persepsi Manfaat (X2) yaitu  $5 \times 6 \times 96 = 2.880$  (5 = skor tertinggi, 6 = jumlah item instrument, 96 = jumlah responden). Maka diperoleh nilai rata-rata  $2.880 : 96 = 30$ . Untuk variabel persepsi manfaat (X2) Masyarakat Parepare nilai yang dihipotesiskan paling tinggi 75% dari nilai ideal. Hal ini berarti  $0,75 \times 30 = 22,5$ . Hipotesis statistik dapat dirumuskan yaitu  $H_0$  untuk memprediksi nilai yang dihipotesiskan lebih rendah atau sama dengan 75% dari skor ideal  $H_a$  lebih besar dari 75% dari skor ideal yang diharapkan,

Berdasarkan *one sample t-test* diatas dengan taraf kepercayaan 95% dilihat dari t hitung yaitu -140.669, jika dibandingkan dengan t tabel  $Df = n - k = (96 - 4) = 92$  dengan taraf signifikan  $\alpha = 5\%$  (0,05) diperoleh t tabel sebesar 1,661. Nilai t hitung  $-140.669 < 1,661$  t tabel, maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak dengan demikian bahwa Persepsi manfaat “paling tinggi 75% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga didalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel

Adapun perhitungan sample diatas ditemukan rata rata persepsi manfaat = 30% dari yang diharapkan secara ideal, skor diharapkan untuk jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner adalah 2.880 dari perhitungan dalam tabel jawaban responden menunjukkan nilai yang diperoleh 2.203 atau 76,4% dari skor ideal. Dengan ini variabel persepsi manfaat beradaa pada kategori baik

c. Hasil Uji One Sample T-Test Variabel Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3)

Untuk menjawab rumusan masalah deskriptif tersebut, maka langkah pertama ditentukan terlebih dahulu skor ideal. Skor ideal adalah skor yang ditetapkan dengan asumsi bahwa setiap responden pada setiap pernyataan memberi jawaban skor tertinggi. Selanjutnya untuk menjawab seberapa baik kualitas system informasi akuntansi terhadap minat Masyarakat Parepare mengenai *e-wallet* syariah LinkAja .

Skor ideal untuk Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3) yaitu  $5 \times 8 \times 96 = 3.840$  (5 = skor tertinggi, 8= jumlah item instrument, 96 = jumlah responden). Maka diperoleh nilai rata-rata  $3.840 : 96 = 40$ . Untuk variable kualitas sistem informasi akuntansi (X3) Masyarakat Parepare nilai yang dihipotesiskan paling tinggi 75% dari nilai ideal. Hal ini berarti  $0,75 \times 40 = 30$ . Hipotesis statistik dapat dirumuskan yaitu  $H_0$  untuk memprediksi nilai yang dihipotesiskan lebih rendah atau sama dengan 75% dari skor ideal  $H_a$  lebih besar dari 75% dari skor ideal yang diharapkan,

Berdasarkan *one sample t-test* diatas dengan taraf kepercayaan 95% dilihat dari t hitung yaitu -88.670 jika dibandingkan dengan t tabel  $Df = n - k = (96 - 4) = 92$  dengan taraf signifikan  $\alpha = 5\%$  (0,05) diperoleh t tabel sebesar 1,661. Nilai t hitung  $-88.670 < 1,661$  t tabel, mmaka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak dengan demikian bahwa Kualitas sistem informasi akuntansi “paling tinggi 75% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga didalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel

Adapun perhitungan sample diatas ditemukan rata rata kualitas sistem informasi akuntansi = 40% dari yang diharapkan secara ideal, skor diharapkan untuk jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner adalah 3.840 dari perhitungan dalam tabel jawaban responden menunjukkan nilai yang diperoleh 3.016 atau 78,5% dari skor ideal. Dengan ini variabel kualitas sistem informasi akuntansi beradaa pada kategori baik

d. Hasil Uji One Sample T-Test Variabel Minat bertransaksi (Y)

Untuk menjawab rumusan masalah deskriptif tersebut, maka Langkah pertama ditentukan terlebih dahulu skor ideal. Skor ideal adalah skor yang ditetapkan dengan asumsi bahwa setiap responden pada setiap pernyataan memberi jawaban skor tertinggi. Selanjutnya untuk menjawab seberapa baik minat Masyarakat Parepare terhadap *e-wallet* syariah LinkAja .

Skor ideal untuk Minat bertransaksi (Y) yaitu  $5 \times 6 \times 96 = 2880$  (5 = skor tertinggi, 6 = jumlah item instrument, 96 = jumlah responden). Maka diperoleh nilai rata-rata  $2880 : 96 = 30$ . Untuk variable minat bertransaksi (Y) Masyarakat Parepare nilai yang dihipotesiskan paling tinggi 75% dari nilai ideal. Hal ini berarti  $0,75 \times 30 = 22,5$ . Hipotesis statistik dapat dirumuskan yaitu  $H_0$  untuk memprediksi nilai yang dihipotesiskan lebih rendah atau sama dengan 75% dari skor ideal  $H_a$  lebih besar dari 75% dari skor ideal yang diharapkan,

Berdasarkan *one sample t-test* diatas dengan taraf kepercayaan 95% dilihat dari t hitung yaitu -120.272, jika dibandingkan dengan t tabel  $Df = n - k = (96 - 4) = 92$  dengan taraf signifikan  $\alpha = 5\%$  (0,05) diperoleh t tabel sebesar 1,661. Nilai t hitung  $-120.272 < 1,661$  t tabel, maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak dengan demikian bahwa Minat bertransaksi “paling tinggi 75% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga didalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel

Adapun perhitungan sample diatas ditemukan rata rata minat = 30% dari yang diharapkan secara ideal, skor diharapkan untuk jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner adalah 2.880 dari perhitungan dalam tabel jawaban responden menunjukkan nilai yang diperoleh 2.267 atau 78,7% dari skor ideal. Dengan ini variabel minat betransaksi berada pada kategori baik

## 6. Uji Korelasi Person Product Moment

Uji korelasi Person product moment digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antar korelasi kedua variabel lainnya yang dianggap berpengaruh. Keeratan hubungan dapat dilihat melalui skala korelasi yang terdiri dari dua sisi yaitu sisi positif yang artinya searah maupun negatif yang artinya tidak searah.

**Tabel 4.20 Hasil Uji Korelasi Person Product Moment**

		<b>Correlations</b>			
		Pengetahuan Produk (X1)	Persepsi Manfaat (X2)	Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3)	Minat Bertransaksi (Y)
Pengetahuan Produk (X1)	Pearson Correlation	1	.792**	.736**	.685**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
Persepsi Manfaat (X2)	Pearson Correlation	.792**	1	.855**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96
Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3)	Pearson Correlation	.736**	.855**	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96
Minat Bertransaksi (Y)	Pearson Correlation	.685**	.739**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29*

Kriteria pengujian uji korelasi person product moment:

- a. Jika nilai sig. (2-tailed)  $< 0,05$  maka berkesimpulan ada hubungan secara signifikan
- b. Jika nilai sig. (2-tailed)  $> 0,05$  maka berkesimpulan tidak ada hubungan secara signifikan<sup>74</sup>

Berdasarkan tabel 4.20 diatas:

- a. nilai sig. (2-tailed) variabel X1 adalah 0,000 yang berarti,  $0,000 < 0,05$  maka berkesimpulan ada hubungan secara signifikan terhadap variabel Y,
- b. nilai sig. (2-tailed) variabel X2 adalah 0,000 yang berarti,  $0,000 < 0,05$  maka berkesimpulan ada hubungan secara signifikan terhadap variabel Y,
- c. nilai sig. (2-tailed) variabel X3 adalah 0,000 yang berarti,  $0,000 < 0,05$  maka berkesimpulan ada hubungan secara signifikan terhadap variabel Y

**Tabel 4.21 Koefisien korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Lemah
0,20 – 0,39	Lemah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

<sup>74</sup> Nugroho, Bhuono Agung, SE, M.Si, Ak. “Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan Spss”, Penerbit Andi, Yogyakarta 2005

Adapun keeratan korelasi person dengan acuan berdasarkan pada tabel 4.19 diatas, variabel X1 adalah 0,685 yang artinya tingkat keeratan hubungan variabel X1 dan Y adalah kuat, korelasi person variabel X2 adalah 0,739 yang artinya tingkat keeratan hubungan variabel X2 dan Y adalah kuat, dan korelasi person variabel X3 adalah 0,789 yang artinya tingkat keeratan hubungan variabel X3 dan Y adalah kuat.

## 7. Analisis Regresi Linear berganda

**Tabel 4.22 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.387	1.840		.210	.834
Pengetahuan Produk (X1)	.248	.120	.214	2.069	.041
Persepsi Manfaat (X2)	.042	.155	.037	.272	.787
Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3)	.522	.106	.601	4.945	<.001

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat nilai konstanta (nilai  $a$ ) sebesar 0,387 dan untuk Pengetahuan produk (nilai  $\beta$ ) sebesar 0,248, sementara Persepsi manfaat (nilai  $\beta$ ) 0,042, serta Kualitas sistem informasi akuntansi (nilai  $\beta$ ) 0,522, sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,387 + 0,248X_1 + 0,042X_2 + 0,522X_3 + e$$

Hasil persamaan regresi dan interpretasi dari analisis regresi berganda adalah:

- a. Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 0,387. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dengan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi Pengetahuan produk (X1), Persepsi manfaat (X2) dan Kualitas sistem informasi akuntansi (X3) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai minat adalah 0,387
- b. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan produk (X1) sebesar 0,248 berarti setiap terjadi peningkatan variabel pengetahuan produk (X1) sebesar satu poin maka minat masyarakat akan mengalami kenaikan sebesar 0,248, begitupun sebaliknya apabila terjadi penurunan variabel X1 (pengetahuan produk) sebesar satu poin maka minat masyarakat akan mengalami penurunan sebesar 0,248
- c. Nilai koefisien regresi variabel Persepsi Manfaat (X2) sebesar 0,042 berarti setiap terjadi peningkatan Persepsi Manfaat (X2) sebesar satu poin maka minat masyarakat akan mengalami kenaikan sebesar 0,042 begitupun sebaliknya apabila terjadi penurunan variabel Persepsi Manfaat (X2) sebesar satu poin maka minat masyarakat akan mengalami penurunan sebesar 0,042
- d. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3) sebesar 0,0522 berarti setiap terjadi peningkatan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3) sebesar satu poin maka minat masyarakat akan mengalami kenaikan sebesar 0,522 begitupun sebaliknya apabila terjadi penurunan variabel Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3) sebesar satu poin maka minat masyarakat akan mengalami penurunan sebesar 0,522

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien regresi pengetahuan produk 0,248, persepsi manfaat 0,042 dan kualitas sistem informasi akuntansi 0,522 karena  $0,522 > 0,248$  dan  $0,042$  maka kualitas sistem informasi akuntansi merupakan variabel



yang dominan pengaruhnya terhadap minat masyarakat menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja

## 8. Uji Hipotesis

### a. Uji T (Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel indeoenden memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara parsil (sendiri – sendiri). Uji t digunakan pada penelitian yang memiliki satu atau lebih variabel independen. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Nilai t (yaitu, kepercayaan 95%, atau 0,05) dari setiap koefisien regresi dibandingkan dengan nilai signifikan sebelumnya untuk membuat keputusan. Dengan n menunjukkan jumlah sampel, dan k menunjukkan variabel independen dan dependen. Nilai t tabel adalah 1,661 karena  $Df = n - k = (96 - 4) = 92$ .

Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- 1) Apabila probabilitas signifikansi lebih besar 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Apabila probabilitas signifikansi lebih kecil 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima<sup>75</sup>

**Tabel 4.23 Hasil Uji T (Parsial)**

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.387	1.840		.210	.834
Pengetahuan Produk (X1)	.248	.120	.214	2.069	.041
Persepsi Manfaat (X2)	.042	.155	.037	.272	.787

<sup>75</sup> DARMA, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia, 2021, Hal 41



Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3)	.522	.106	.601	4.945	<.001
--	------	------	------	-------	-------

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel 4.23 maka pengujian hipotesis untuk Pengetahuan produk (X1), Persepsi Manfaat (X2), dan Kualitas sistem informasi akuntansi (X3) adalah :

1) Pengujian hipotesis pertama (H1)

H0: Pengetahuan Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* syariah Linkaja pada Masyarakat Parepare

H1: Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* syariah Linkaja pada Masyarakat Parepare

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0,041 < 0,05$  dan nilai t hitung  $1,906 >$  nilai t tabel  $1,661$  yang berarti H0 ditolak dan H1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan produk (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* syariah (Y) pada masyarakat Parepare

2) Pengujian hipotesis Kedua (H2)

H0: Persepsi Manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* syariah Linkaja pada Masyarakat Parepare

H2: Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* syariah Linkaja pada Masyarakat Parepare

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0,785 > 0,05$  dan nilai t hitung  $0,272 <$  nilai t tabel  $1,661$  yang berarti H2 ditolak dan H0 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Manfaat (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* syariah (Y) pada masyarakat Parepare

3) Pengujian hipotesis Ketiga (H3)

H0: Kualitas Sistem Informasi Akuntansi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* syariah Linkaja pada Masyarakat Parepare

H1: Kualitas Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* syariah Linkaja pada Masyarakat Parepare

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung  $4,945 >$  nilai t tabel 1,661 yang berarti H3 diterima dan H0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem informasi akuntansi (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* syariah (Y) pada masyarakat Parepare

b. Uji F (Simultan)

Uji F dirancang untuk melihat dan mengetahui sejauh mana variabel independen yang digunakan dapat menjelaskan variabel dependen sekaligus. Dalam menentukan F tabel digunakan taraf signifikansi yaitu 5% atau 0,05 derajat kebebasan  $df = (n-k)$ , n adalah tanda banyaknya sampel, dan k adalah tanda banyaknya variabel bebas,  $df = (n-k) = (96-3) = 93$ , maka F tabel dari 93 adalah 2,70

Kriteria pengambilan keputusan :

- a. Ho: diterima apabila signifikansi  $> 0,05$  (tidak berpengaruh)  
Ha : ditolak apabila signifikansi  $> 0,05$  (tidak berpengaruh)
- b. Ho: ditolak apabila signifikansi  $< 0,05$  (berpengaruh)  
Ha: diterima apabila signifikansi  $< 0,05$  (berpengaruh)<sup>76</sup>

<sup>76</sup> DARMA, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia, 2021, Hal 45

Tabel 4.24 Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1082.042	3	360.681	56.947	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	582.698	92	6.334		
	Total	1664.740	95			

a. Dependent Variable: Minat (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas sistem informasi akuntansi (X3), Pengetahuan Produk (X1), Persepsi manfaat (X2)

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29

Pengujian Hipotesis keempat (H4)

H0 : Variabel Pengetahuan produk, persepsi manfaat, dan kualitas sitem informasi akuntansi tidak berpengaruh secara simultan terhadap pada minat masyarakat menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja

H4 : Variabel Pengetahuan produk, persepsi manfaat, dan kualitas sitem informasi akuntansi berpengaruh secara simultan terhadap pada minat masyarakat menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja

Berdasarkan output pada tabel 4.24 diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2 dan X3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai F hitung  $56.947 >$  nilai F tabel 2,70 yang berarti H0 ditolak dan H4 diterima. Pengetahuan produk (X1), persepsi manfaat (X2), dan kualitas sitem informasi akuntansi (X3) secara bersama-sama (simultan) terhadap Minat menggunakan *e-wallet* syariah (Y) pada masyarakat Parepare.

## 9. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 <sup>a</sup>	.650	.639	2.517

a. Predictors: (Constant), Kualitas sistem informasi akuntansi (X3), Pengetahuan Produk (X1), Persepsi manfaatsss (X2)

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel 4.25 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dengan R Square sebesar 0,639 atau 63,9%. Artinya bahwa Minat menggunakan *e-wallet* syariah dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan produk, persepsi manfaat, dan kualitas sistem informasi akuntansi sebesar 63,9%, sedangkan sisanya sebesar  $(100\% - 63,9\%)$  36,1% minat masyarakat menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

### C. Pembahasan penelitian

#### 1. Pengaruh Pengetahuan produk terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja pada Masyarakat Parepare

Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis terhadap variabel Pengetahuan Produk terhadap minat masyarakat Parepare bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Parepare bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja secara parsial. Hal ini ditunjukkan dengan tabel uji T yang telah dilakukan pada variabel Pengetahuan produk (X1), diperoleh nilai t hitung  $1,906 >$  nilai t tabel  $1,661$  dan sig  $0,041 >$   $0,05$  dan nilai t hitung, maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan

produk berpengaruh terhadap minat masyarakat Parepare bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja secara parsial, maka  $H_0$  diterima  $H_0$  ditolak

Pengetahuan produk dapat diartikan sebagai segala informasi yang dimiliki individu mengenai atribut atau karakteristik, manfaat, dan pencapaian nilai suatu produk<sup>77</sup>. Dalam pengetahuan produk, individu telah mengenali dan memahami segala informasi yang berkaitan dengan produk tersebut. Menurut Nitisusastro, individu yang memiliki pengetahuan terhadap suatu produk, individu dikatakan memiliki pemahaman, pengetahuan, dan penilaian suatu produk tersebut<sup>78</sup>.

Masyarakat Parepare yang memiliki pengetahuan yang baik tentang produk *e-wallet* syariah LinkAja cenderung memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang fitur dan kelebihan produk tersebut dibandingkan dengan produk konvensional atau tidak syariah, hal ini dapat meningkatkan minat mereka untuk menggunakan *e-wallet* syariah, selain itu pengetahuan mendalam juga dapat membantu masyarakat Parepare mengenali bahwa *e-wallet* syariah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang mereka yakini. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan terhadap produk tersebut, sehingga mereka lebih cenderung untuk menggunakan *e-wallet* syariah, , Hal ini dapat dilihat dari salah satu pernyataan dari variabel pengetahuan produk (X1) menjawab setuju bahwa mereka mengetahui aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja adalah dompet digital yang telah menerapkan prinsip-prinsip syariah

Hasil temuan penelitian ini sejalan dengan teori yang dibangun mengenai tingkat pengetahuan produk yang memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja.<sup>79</sup> Dalam mengambil sebuah keputusan, pengetahuan seseorang terhadap suatu objek juga memberikan peranan yang sangat penting. Jika seseorang memiliki lebih banyak pengetahuan tentang suatu objek

<sup>77</sup> Peter, J. P., & Jerry C.O. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Salemba Empat 2013

<sup>78</sup> Nitisusastro Mulyadi, *perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta 2013 hal 168

<sup>79</sup> Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen* (Malang: UB Press, 2012), 53.

maka biasanya orang tersebut akan lebih cermat dan teliti dalam mengambil keputusan untuk memilih atau mengadopsi suatu tindakan<sup>80</sup>.

Terdapat penjelasan dalam al-Qur'an yang berkaitan dengan pengetahuan produk terhadap minat, yaitu pada al-Qur'an Surat Al-Hujarat ayat 6.

فَتُصَبِّحُوا بِجَهَالَةٍ فَمَوَّمًا تُصِيبُوا أَنْ تَبَيَّنُوا فَبِنَبِيٍّ فَاسِقٍ جَاءَكُمْ إِنْ آمَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا  
 نَدِمِينَ فَعَلْتُمْ مَا عَلَى

Terjemahnya: “Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.”<sup>81</sup>

Ayat tersebut dengan jelas memberikan larangan yang keras agar tidak lekas percaya pada berita yang dibawa oleh seorang yang fasik, yakni orang yang memburukkan seseorang atau suatu kaum. Berita ini jangan langsung di percaya atau di tolak, namun diselidiki terlebih dahulu benar atau tidaknya. Jangan sampai karna terburu-buru percaya hingga membuat keputusan yang buruk atas suatu hal. Dalam hal pengetahuan produk, sebaiknya memeriksa informasi mengenai suatu produk. Dengan adanya informasi atau pengetahuan akan suatu produk maka konsumen akan lebih bijak dalam menentukan pilihannya akan produk tersebut.

Teori Brucks mengenai "Perceived Product Knowledge" (Pengetahuan Produk yang Dipersepsikan) menyatakan bahwa pengetahuan yang dimiliki konsumen tentang suatu produk sangat mempengaruhi sikap dan minat mereka terhadap produk tersebut. Dalam konteks penggunaan *e-wallet* syariah seperti LinkAja, teori ini menjelaskan bagaimana pemahaman masyarakat tentang produk dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk bertransaksi.<sup>82</sup>

<sup>80</sup> Mia Andika Sari, Indianik Aminah, dan Hastuti Redyanita, “Preferensi Generasi Millennial Dalam Memilih Pembayaran Digital (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta Depok),” *Jurnal Ekonomi Bisnis* 19, no. 2 (2020): 99.

<sup>81</sup> Kementerian Agama RI, ‘*Al Qur’an Dan Terjemahan Surah Al-Hujarat: 6*’ (Edisi Penyempurnaan, 2019)

<sup>82</sup> Brucks, M. (1985). *Pengaruh Pengetahuan Kelas Produk terhadap Perilaku Pencarian Informasi*. *Jurnal Penelitian Konsumen*, 12(1), 1-16.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Alfian Hakim dan Aminah menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat Nasabah Menggunakan Produk MitraGuna (studi kasus BSI ampera)<sup>83</sup>. Dukungan terhadap temuan sebelumnya tersebut memperkuat keunggulan hasil penelitian baru ini. Hal ini menunjukkan bahwa hasil yang diperoleh tidak bersifat acak atau hanya berlaku dalam konteks tertentu, tetapi dapat diterapkan lebih luas dalam konteks yang berbeda seperti *e-wallet* syariah. Jika masyarakat Parepare memahami dengan baik fitur-fitur yang ditawarkan oleh *e-wallet* syariah LinkAja dan dapat mengoperasikan aplikasi tersebut, maka minat mereka untuk menggunakan layanan ini cenderung meningkat.

## **2. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja pada Masyarakat Parepare**

Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis terhadap variabel Persepsi Manfaat terhadap minat masyarakat Parepare bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja. Hasil analisis menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat Parepare bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja secara parsial. Hal ini ditunjukkan dengan tabel uji T yang telah dilakukan pada variabel Persepsi Manfaat (X2), diperoleh nilai t hitung  $0,272 < \text{nilai } t \text{ tabel } 1,661$  dan sig sebesar  $0,785 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Parepare bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja secara parsial, maka  $H_a$  ditolak  $H_0$  diterima

Persepsi manfaat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat yang artinya bahwa kesadaran responden terhadap persepsi manfaat dalam

---

<sup>83</sup> Muhammad Alfian Hakim, Aminah “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk MitraGuna (Studi kasus BSI Ampera)” Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen



menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja tersebut kecil atau rendah sehingga tidak menumbuhkan minat dalam menggunakan aplikasi LinkAja. Seseorang akan menggunakan suatu teknologi apabila suatu teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada mereka. Jika seseorang merasa percaya bahwa suatu teknologi tersebut berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika menurutnya teknologi tersebut kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya. Seseorang juga akan menggunakan suatu teknologi jika seseorang tersebut mengetahui manfaat positif atas penggunaannya, Jika masyarakat Parepare memiliki persepsi bahwa manfaat yang ditawarkan oleh *e-wallet* syariah LinkAja tidak terlalu berbeda dengan *e-wallet* konvensional atau sistem pembayaran lain yang mereka gunakan, maka hal ini tidak akan memotivasi mereka untuk beralih atau mengadopsi *e-wallet* syariah secara khusus, Hal ini dapat dilihat dari salah satu pernyataan dari variabel persepsi manfaat (X2) menjawab netral atau ragu ragu bahwa aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja dapat memberikan manfaat keamanan saat melakukan transaksi

Terdapat penjelasan dalam al-Qur'an yang berkaitan dengan persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat, yaitu pada al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 8-9:

بِمُؤْمِنِينَ هُمْ وَمَا خِرٌ إِلَّا وَبِالْيَوْمِ بِاللَّهِ آمَنَّا يَقُولُ مَنْ النَّاسِ وَمِنْ  
يَشْعُرُونَ وَمَا أَنفُسَهُمْ إِلَّا يَخْدَعُونَ وَمَا آمَنُوا وَالَّذِينَ اللَّهُ يَخْدَعُونَ

Terjemahnya: “Di antara manusia ada yang mengatakan: 'Kami beriman kepada Allah dan hari kemudian,' padahal mereka sesungguhnya tidak beriman. Mereka hendak menipu Allah dan orang-orang yang beriman, tetapi mereka hanya menipu diri mereka sendiri, dan mereka tidak menyadari.”<sup>84</sup>

Dalam konteks penggunaan *e-wallet* syariah seperti LinkAja, Surah Al-Baqarah (8-9) memberikan wawasan penting tentang bagaimana persepsi manfaat

<sup>84</sup> Kementerian Agama RI, ‘Al Qur’an Dan Terjemahan Surah Al-Baqarah: 8-9’ (Edisi Penyempurnaan, 2019)



tidak selalu menciptakan minat. Jika individu tidak memiliki keyakinan yang tulus atau merasa ragu terhadap teknologi baru, mereka mungkin tidak akan tergerak untuk menggunakannya, meskipun mereka memahami manfaat yang ditawarkannya. Oleh karena itu, untuk meningkatkan minat masyarakat, perlu ada pendekatan yang menyeluruh yang meliputi edukasi, pembangunan kepercayaan, dan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan *e-wallet* syariah.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Teori Davis yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi minat dan sikap pengguna terhadap teknologi baru. Jika individu merasa bahwa menggunakan teknologi dapat mengoptimalkan kinerja mereka, mereka cenderung akan menunjukkan minat yang lebih besar untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut<sup>85</sup>.

Dan hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan LinkAja.<sup>86</sup> Dan penelitian ini konsisten dengan temuan Nopy Ernawati, Lina Noersant menyatakan bahwa tidak ditemukan hubungan antara persepsi minat dengan minat menggunakan *e-wallet* terhadap individu<sup>87</sup>.

Keputusan penggunaan *e-wallet* syariah LinkAja tidak hanya didasarkan pada persepsi manfaat saja, tetapi juga bisa melibatkan faktor-faktor lain seperti kepercayaan, kenyamanan, kebiasaan, dan preferensi pribadi. Misalnya, meskipun masyarakat mungkin menyadari manfaat potensial dari kepatuhan syariah *e-wallet*

---

<sup>85</sup> Davis, F. D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. (1989).

<sup>86</sup> Findy dan Tri Indra Wijaksana Meileny, "Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap tingkat kepuasan pelanggan LinkAja di Indonesia," *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis* 4, no.2 (2020)

<sup>87</sup> Ernawati Nopy. N. Lina, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan pada Aplikasi OVO", *Jurnal Manajemen STEI: Vol 03* (2020)

seperti LinkAja, mereka mungkin lebih memilih untuk tetap menggunakan layanan keuangan yang sudah dikenal dan telah terbukti aman dan efisien. Selain itu, persepsi manfaat sering kali terkait erat dengan tingkat risiko yang dirasakan. Jika masyarakat merasa risiko menggunakan *e-wallet* syariah lebih tinggi dibandingkan dengan alternatif lainnya, seperti risiko keamanan data atau kemungkinan gangguan layanan, maka persepsi manfaat positif mungkin tidak cukup untuk mengatasi kekhawatiran mereka.

### 3. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi terhadap Minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja pada Masyarakat Parepare

Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis terhadap variabel Kualitas Sistem Informasi Akuntansi terhadap minat masyarakat Parepare bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Parepare bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja secara parsial. Hal ini ditunjukkan dengan tabel uji T yang telah dilakukan pada variabel Kualitas sistem informasi akuntansi (X3), diperoleh nilai t hitung  $4,945 >$  nilai t tabel  $1,661$  dan sig sebesar  $0,001 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap minat masyarakat Parepare bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja secara parsial, maka  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak

Kualitas sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna untuk menggunakan *e-wallet*. Hal ini mengindikasikan bahwa kesadaran responden terhadap keandalan, kemudahan penggunaan, keamanan data, efisiensi operasional, dan dukungan teknis dari sistem informasi akuntansi menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan mereka dalam mengadopsi *e-wallet*. Masyarakat akan merasa lebih nyaman menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja jika sistem ini dilengkapi dengan Sistem Informasi

Akuntansi yang dapat memproses transaksi dengan cepat, akurat, dan tanpa masalah teknis. Kemudahan dan keamanan ini merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan minat mereka untuk menggunakan layanan *e-wallet*. Hal ini dapat dilihat dari salah satu pernyataan dari variabel kualitas sistem informasi akuntansi (X3) yang menjawab setuju bahwa kualitas sistem informasi akuntansi mudah diakses, dapat dipahami dan memiliki proses transaksi cepat dan tepat waktu

Terdapat penjelasan dalam al-Qur'an yang berkaitan dengan kualitas system informasi akuntansi berpengaruh terhadap minat, yaitu pada al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 282:

كَاتِبٌ بَيْنَكُمْ وَلِيكْتُبَ فَاكْتُبُوهُ مَسْمًى آجَلٍ إِلَىٰ بَدَيْنٍ تَدَايِنْتُمْ إِذَا امْنُوا الدِّينَ يَٰٓأَيُّهَا  
 وَلِيَتَّقِ الْحَقَّ عَلَيْهِ الذِّي وَلِيَمْلَلِ فَلْيَكْتُبْ اللهُ عِلْمَهُ كَمَا يَكْتُبُ أَنْ كَاتِبٌ يَأْبُ وَلَا بِالْعَدْلِ  
 يَسْتَطِيعُ لَا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ سَفِيهًا الْحَقُّ عَلَيْهِ الذِّي كَانَ فَاِنْ شَيْئًا مِنْهُ بَيْنَ خَسَنٍ وَلَا رَبَّهُ اللهُ  
 رَجُلَيْنِ يَكُونَا لَمْ فَاِنْ رَجَالِكُمْ مِنْ شَهِيدَيْنِ وَاسْتَشْهَدُوا بِالْعَدْلِ وَلِيَهُ فَلْيَمْلَلِ هُوَ يَمْلَأُ أَنْ  
 وَلَا الأُخْرَىٰ إِحْدَاهُمَا فَتَذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا تَصَلَّىٰ أَنْ الشُّهَدَاءِ مِنْ تَرْضَوْنَ مِمَّنْ وَأَمْرَاتِنِ فَرَجُلٌ  
 عِنْدَ أَقْسَطُ ذَلِكَمْ آجَلُهُ إِلَىٰ كَبِيرًا أَوْ صَغِيرًا تَكْتُبُوهُ أَنْ تَسْمُوا وَلَا دُعُوا مَا إِذَا الشُّهَدَاءُ يَأْبُ  
 بَيْنَكُمْ تُدِيرُونَهَا حَاضِرَةً تِجَارَةً تَكُونُ أَنْ إِلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا وَادْنَىٰ لِلشَّهَادَةِ وَأَقْوَمُ اللهُ  
 وَإِنْ هُ شَهِيدٌ وَلَا كَاتِبٌ يُضَارَّ وَلَا تَبَايَعْتُمْ إِذَا وَأَشْهَدُوا تَكْتُبُوهُمَا إِلَّا جُنَاحٌ عَلَيْكُمْ فَلَيْسَ  
 ٢٨٢ ﴿عَلِيمٌ شَيْءٍ بِكُلِّ وَاللهِ وَاللهُ وَيَعْلَمُكُمْ اللهُ وَاتَّقُوا بِكُمْ فَسَوْقٌ فَإِنَّهُ تَفَعَّلُوا﴾

Terjemahnya: “Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajar-kan kepadanya. Hendaklah dia mencatat(-nya) dan orang yang berutang itu mendiktekan(-nya). Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki

dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu pada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.”<sup>88</sup>

Maksud dari ayat ini yaitu ayat ini menggaris bawahi pentingnya pencatatan dan kejelasan dalam transaksi, yang mencerminkan prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam keuangan. Kualitas sistem informasi akuntansi yang baik akan memastikan bahwa setiap transaksi yang dilakukan melalui *e-wallet* tercatat dengan jelas dan akurat. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap *e-wallet* syariah, karena mereka merasa aman bahwa semua transaksi terdokumentasi dengan baik.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Clara Airina Inggit dan Tria Indra Wijaksana menyatakan bahwa secara langsung ditemukan hubungan antara kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pengguna<sup>89</sup>. Kualitas Sistem Informasi Akuntansi yang memberikan kemudahan dalam mengakses aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap keamanan dan akurasi transaksi yang dilakukan. Masyarakat akan merasa lebih yakin bahwa data dan informasi keuangannya dikelola dengan baik, transparan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah

---

<sup>88</sup> Kementerian Agama RI, ‘*Al Qur’an Dan Terjemahan Surah Al-Baqarah: 282*’ (Edisi Penyempurnaan, 2019)

<sup>89</sup> Clara Airina Inggit and Tri Indra Wijaksana, “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna LinkAja,” *E-Proceeding of Management* 7, no. 2 (2020): 6622–30.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV mengenai pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi terhadap Minat bertransaksi Menggunakan *e-wallet* syariah pada Masyarakat Parepare. Maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil analisis data, didapatkan nilai signifikan variabel pengetahuan produk memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,248 bernilai positif dan memiliki nilai t-hitung sebesar  $1,906 >$  nilai t tabel 1,661 serta memiliki nilai signifikan sebesar  $0,041 <$  0,05 yang berarti variabel Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Minat bertransaksi Menggunakan *e-wallet* syariah pada Masyarakat Parepare, Jika masyarakat Parepare memahami dengan baik fitur-fitur yang ditawarkan oleh *e-wallet* syariah LinkAja dan dapat mengoperasikan aplikasi tersebut, maka minat mereka untuk menggunakan layanan ini cenderung meningkat.
- 2) Berdasarkan hasil analisis data, didapatkan nilai signifikan variabel persepsi manfaat memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,042 bernilai positif dan memiliki nilai t-hitung sebesar  $0,272 <$  nilai t tabel 1,661 serta memiliki nilai signifikan sebesar  $0,785 >$  0,05 yang berarti variabel Persepsi Manfaat tidak berpengaruh terhadap Minat bertransaksi Menggunakan *e-wallet* syariah pada Masyarakat Parepare, Keputusan penggunaan *e-wallet* syariah LinkAja tidak hanya didasarkan pada persepsi manfaat saja, tetapi juga melibatkan faktor-faktor lain seperti kepercayaan, kenyamanan, kebiasaan, dan preferensi pribadi
- 3) Berdasarkan hasil analisis data, didapatkan nilai signifikan variabel Kualitas sistem informasi Akuntansi memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,522

bernilai positif dan memiliki nilai t-hitung sebesar  $4,945 >$  nilai t tabel 1,661 serta memiliki nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  yang berarti Kualitas sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap Minat bertransaksi Menggunakan *e-wallet* syariah pada Masyarakat Parepare, Kualitas Sistem Informasi Akuntansi yang memberikan kemudahan dalam mengakses aplikasi *e-wallet* syariah LinkAja dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap keamanan dan akurasi transaksi yang dilakukan.

- 4) Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai F-hitung 56,947 > nilai F tabel 2,70 dengan nilai probabilitas 0,001. Nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 variabel Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Minat bertransaksi Menggunakan *e-wallet* syariah pada Masyarakat Parepare. Ketika pengetahuan produk yang memadai dipadukan dengan persepsi manfaat yang positif dan dukungan dari Kualitas Sistem Informasi Akuntansi yang baik, hal ini akan menciptakan lingkungan yang kondusif untuk menggunakan teknologi keuangan syariah LinkAja yang lebih luas dan berkelanjutan di masyarakat.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

- 1) Untuk pihak pengelola aplikasi LinkAja sebaiknya lebih meningkatkan lagi edukasi kepada konsumen baik mengenai apa itu *e-wallet* syariah LinkAja serta manfaat yang akan didapatkan jika menggunakannya agar konsumen tertarik untuk menggunakan produk *e-wallet* syariah LinkAja
- 2) Untuk kalangan akademis, penulis berharap skripsi ini dapat berguna sebagai tambahan ilmu dan informasi, khususnya yang meneliti mengenai pengetahuan produk, persepsi manfaat, kualitas sistem informasi akuntansi, dan minat menggunakan. Pada penelitian selanjutnya diharapkan agar bisa menambah

atau memakai variabel bebas lainnya yang bisa mendukung dalam penelitian supaya ilmu pengetahuan bisa terus berkembang.







## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Quran Al-Karim*

- A Manalu et al., “Hubungan Perhatian Orang Tua Dan Disiplin Belajar Siswa Terhadap Hasil Belajar Fisika,” *Jurnal Omicron* 1, no. 1 (2022): 33–41, <https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/omicron/article/view/481>.
- Adi Riski Juanda, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking (Survei Pada Masyarakat Kec. Syiah Kuala), Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*, 2020.
- Ady Achadi dan Hari Winarto, “Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay pada Pelanggan Go Jek,” *Majalah Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 17, no. 1 (2020): 11-23.
- Agus Tri Basuki, *Analisis Regresi Dalam Penelitian & Bisnis*
- Agustina Rahayuningtyas, “Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Informasi, Dan Perceived Usefulness Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi Keuangan Tingkat Instansi Modul Penganggaran Pada Satuan-Satuan Kerja Lingkup Pembayaran KPPN Madiun,” *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)* 5, no. 2 (2022): 76–91, <https://doi.org/10.15642/manova.v5i2.863>.
- Azma Nadhilah and Nurul Hasanah, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja Pada Generasi Z Di Kota Bekasi),” *Prosiding SNAM PNJ*, 2022
- Bakhtiar Tijjang, Nurfadhilah, and Pandi Putra, “The Service Quality Effect Towards the Customer Satisfaction of Bank in Indonesia,” *Valid Jurnal Ilmiah* 18, no. 1 (2021)
- Bimo Walgio, *pengantae Psikologi Umum*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2005.
- Cegielski, R. P. (2015). *Introduction to Information System*. John Wiley and Sons.
- Clara Airina Inggit and Tri Indra Wijaksana, “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna LinkAja,” *E-Proceeding of Management* 7, no. 2 (2020): 6622–30.

- DARMA, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R<sup>2</sup>)*. Guepedia, 2021
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340
- Departemen Pendidikan Nasional (2013), Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka.
- Dergibson Siagian, “*Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*” (Gramedia Pustaka Utama, 2000)
- Diamonalisa, et al, *Mengelolah Data Penelitian Akuntansi Dengan SPSS*, (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022)
- Donny Herdianto, *Creative Selling Everyday* (PT Elex Media Komputindo, 2016).
- Eka Satria Wibawa and Sri Wahyuning, *Belajar Mula Dasar Akuntansi* (CV Budi Utama, 2020).
- Ernawati Nopy. N. Lina, “*Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan pada Aplikasi OVO*”, *Jurnal Manajemen STEI: Vol 03* (2020)
- Esi Rosita, Wahyu Hidayat, and Wiwin Yuliani, “*Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosocial,*” *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)* 4, no. 4 (2021): 279, <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>.
- Findy Meileny and Tri Indra Wijaksana, “*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia,*” *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis* 4, no. 2 (2020): 200–209
- Firdaus Hamta, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, (Yogyakarta: Depublish, 2015)
- Fityan Ahlshufah Sinatrya, *Analysis Of Factors Affecting Interest In Using Linkaja Syariah In Daerah Istimewa Yogyakarta*, 2021.
- Frengkim, “*Analisis Sistem Informasi Akuntansi Dan Kualitas Informasi Terhadap*

Kepuasan Pengguna Accurate Pada Pt Bahtera Makmur Wijaya,”  
*UNIVERSITAS PUTERA BATAM*, 2022

Garaika Darmanah, *Metodologi Penelitian*, (Lampung Selatan: Hira tech, 2019)

Gun Mardiatmoko, ‘*Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linear Berganda (Studi kasus Pada Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda)*, *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan* (2020)

Hasmawati , “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Mandalan Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan) “, Semarang: UIN Walisongo Semarang (2023)

Hozali, I ‘*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*’, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Imsar, “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pakaian Bekas (Monza) Pasar Melati Medan*” (Laporan Penelitian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2016)

Irma Andriyaningtyas, Muhammad Adam, and Sri Herianingrum, “Penerimaan *E-wallet* Syariah Linkaja Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Digital Di Indonesia,” *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 5, no. 4 (2022)

Iskandarwasid & Dadang Sunendar, “*Strategi Pembelajaran Bahasa*”, Bandung: Rosda, Cet. Ke-3, 2011

Jihan Nafisyia Fitri, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana.Id Pada Mahasiswa Fkip Universitas Lampung, Universitas Lampung Bandar Lampung*, 2023.

Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Erlangga.

Jogiyanto. (2007). *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta : Andi

Kabar Bisnis “Hingga juni 2023, LinkAja catat 90 juta pengguna terdaftar” kabar bisnis, 26 Juli 2023, <https://www.kabarbisnis.com/read/28119964/hingga-juni-2023-linkaja-catat-90-juta-pengguna-terdaftar>

Kadek Ayu Riza Okaviantari et al., *Persepsi Risiko Dan Pengetahuan Produk Untuk Membangun Sikap Positif Dan Niat Beli: Konsep Dan Aplikasi*, 2023

- Kadek I, Komang I, *Instrumen Penelitian*, (Pontianak: Mahameru Press, 2020)
- Kasmadi dan Nia Siti Sumariah, *Panduan modern penelitian kuantitatif*, (Alpabrta, 2014)
- M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018)
- Mayzatul Azniza and Delori Nancy Meyla, “Pengaruh Fitur Layanan Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Penggunaan Financial Technology Pada Aplikasi Dompot Digital (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Ekasakti),” *Ekasakti Pareso Jurnal Akuntansi* 1, no. 2 (2023): 104–11
- Mia Andika Sari, Indianik Aminah, dan Hastuti Redyanita, “Preferensi Generasi Millenial Dalam Memilih Pembayaran Digital (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta Depok),” *Jurnal Ekonomi Bisnis* 19, no. 2 (2020)
- Muhammad Alfian Hakim, “*Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mitraguna ( Studi Kasus Bsi Ampera )*,” *Prosiding Seminar Nasioanal Akuntansi Dan Manajemen Vol.3* (2023).
- Muhammad Arif Tiro dan Muhammad Ahsan, *Penyajian Informatif Tabel, Grafik, dan Statistik*, (Makassar: Andira Publisher, 2015)
- Muhammad Farid Iffat and Ayu Chairina Laksmi, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompot Elektronik Di Kota Medan,” *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance* 5, no. 2020 (2023): 441–49, <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art50>.
- Muhammad Fuad, *Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Di Kota Makassar, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 2019
- Muhammad Majdy Amiruddin, Nasrullah Bin Sapa, and Abdul Syatar, “Uncovering Wasathiyah Values On Sharia Banking,” *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2020): 15, <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v4i2.14676>.

- Muhammad Naufa Izza, *Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Pengaruh Sosial, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet DANA (Studi Pada Pengguna E-wallet DANA Di Kota Kudus)*, *Journal Information*, vol. 10, 2021.
- Muhammad Zaenuddin, *statistik terapan untuk ekonomi dan bisnis*, (yogyakarta: deepublish, 2020)
- Mulyo, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Pengetahuan Produk Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet*: Study Pada Go-Pay.”
- Nadhilah and Hasanah, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja Pada Generasi Z Di Kota Bekasi).” (2022)
- Nelson, R. R., Todd, P. A., and Wixom, B. H. 2005. *Antecedents of Information and System Quality: An Empirical Examination Within The Context of Data Warehousing*.
- Nitisusastro Mulyadi, *perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta 2013
- Peter, J. P., & Jerry C,O. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Salemba Empat 2013
- Priyono, *Analisis Regresi dan Korelasi untuk Penelitian Survei*, (Bogor: Guepedia, 2021)
- Progres Kepahiang, “*Ini Daftar Dompot Digital Dengan Pengguna Terbanyak 2023 Versi Insight Asia*,” (diakses pada tanggal 28 November 2023)
- Purba et al, *Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengelolaan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun di Masa Pandemi Covid 19*, jurnal karya abadi, Vol 5, (2021)
- Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen* (Malang: UB Press, 2012)
- Sasa Sunarsa and Ilham Nurul Fauzi, “*Tinjauan Hukum Islam Tentang Mekanisme Transaksi E-wallet*,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)* 2, no. 1 (2023): 226–38



- Slamet Riyanto, Aglis Andhita, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020)
- Sugiri, “Analisis Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Keuangan Daerah Dengan Menggunakan Adaptasi Technology Acceptance Model Pada Pemerintah Daerah Kota Bekasi,” *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*. 1 (2018): 1.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, ( Bandung : Alfabeta 2015)
- Sugiyono. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono*. Bandung: Alfabeta,, 2014.
- Sutrisno Hadi, *Statistik*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016)
- Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010).
- Taupik Ismail and Ramayani Yusuf, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung’, *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5.3 (2021)
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)
- Uswatun Hasanah et al., “Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) Pada Layanan Syariah LinkAja,” *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains* 10, no. 1 (2021): 93–107
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance Of Information Technology : Toward A Unified View Author ( S ): Viswanath Venkatesh , Michael G . Morris , Gordon B . Davis , Fred D . Davis Published By : Management Information Systems Research Center , University Of Minnesota, 27(3).
- Yohana May et al., “Pengertian Dan Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi,” *Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia*, 2023, 1–13.

- Yuliani Dwi Rahmawati et al., “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng,” *Econbank* 2, no. 2 (2020): 157–68.
- Yunita Thennica, Gella; Manullang, Rizal R; Maharani, “Akuntansi Penjualan Dan Minat Merchant Dalam E-Transaksi” 1, no. 1 (2021).
- Yusak Agustianto Mulyo, “*Pengaruh Persepsi Manfaat, Pengetahuan Produk Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet: Study Pada Go-Pay,*” *Management*, no. 2016 (2019): 1–63.







## Lampiran 1. Surat Penetapan Pembimbing



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100, website: [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id), email: [mail@iainpare.ac.id](mailto:mail@iainpare.ac.id)

Nomor : B.5289/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/09/2023 14 September 2023  
Lampiran : -  
Perihal : **Penetapan Pembimbing Skripsi**

Yth: **1. Dr. Nurfadhilah, S.E., M.M.** (Pembimbing Utama)  
**2. Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., MMA.** (Pembimbing Pendamping)

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Andi Nurfadhilah  
NIM. : 2020203862201043  
Prodi. : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Tanggal **5 Juli 2023** telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

**ANALISIS PERBANDINGAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN RISIKO  
TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN CASH PAYMENT DAN DIGITAL  
PAYMENT, STUDI KASUS: MASYARAKAT PAREPAREPENGGUNA E-WALLET**

dan telah disetujui oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai **Pembimbing Skripsi** Mahasiswa (i) dimaksud.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP. 197102082001122002

Tembusan:  
1. Ketua LPM IAIN Parepare  
2. Arsip

## Lampiran 2. Berita Acara Revisi Judul Skripsi

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100, website: [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id), email: [mail@iainpare.ac.id](mailto:mail@iainpare.ac.id)

**BERITA ACARA**  
**REVISI JUDUL SKRIPSI**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan bahwa Mahasiswa

Nama : ANDI NURFADILAH  
N I M : 2020203862201043  
Prodi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Menerangkan bahwa judul skripsi semula :

ANALISIS PERBANDINGAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN CASH PAYMENT DAN DIGITAL PAYMENT, STUDI KASUS: MASYARAKAT PAREPAREPENGGUNA E-WALLET

Telah diganti dengan judul baru :

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, PERSEPSI MANFAAT DAN KUALITAS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN E-WALLET SYARIAH LINKAJA PADA MASYARAKAT PAREPARE

Dengan alasan / dasar:

.....  
.....

Parepare, 16 Juli 2024

Pembimbing Utama Pembimbing Pendamping


  
Dr. Nurfadhilah, S.E., M.M.  
NIP. 19890608 201903 2 015

  
Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., MMA.  
NIP. 19880701 201903 1 007

  
Mengetahui,  
Dekan

  
Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP. 19710208 200112 002

### Lampiran 3. Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

 **KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Alamat : J.L. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-1933/in.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2024 03 Juni 2024  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE  
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
di  
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : ANDI NURFADILAH  
Tempat/Tgl. Lahir : PINRANG, 28 Mei 2002  
NIM : 2020203862201043  
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah  
Semester : VIII (Delapan)  
Alamat : PARENGKI, DESA TASIWALIE, KEC SUPPA, KAB PINRANG


Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, PERSEPSI MANFAAT, DAN KUALITAS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN E-WALLET SYARIAH LINKAJA PADA MASYARAKAT PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 03 Juni 2024 sampai dengan tanggal 04 Juli 2024.


Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,  
  
Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP 197102082001122002


Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



Page : 1 of 1, Copyright © afs 2015-2024 - (nailul) Dicetak pada Tgl : 03 Jun 2024 Jam : 08:32:04

**Lampiran 4. Surat Rekomendasi Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare**


SRN IP0000452

**PEMERINTAH KOTA PAREPARE**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
*Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id*

---

**REKOMENDASI PENELITIAN**  
**Nomor : 452/IP/DPM-PTSP/6/2024**

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.  
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.  
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

**M E N G I Z I N K A N**

KEPADA  
 NAMA : **ANDI NURFADILAH**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**  
 Jurusan : **AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**

ALAMAT : **DESA TASIWALIE, KEC. SUPPA, KAB. PINRANG**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, PERSEPSI MANFAAT DAN KUALITAS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN E-WALLET SYARIAH LINKAJA PADA MASYARAKAT PAREPARE**


LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN SE KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **05 Juni 2024 s.d 04 Juli 2024**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung  
 b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**  
 Pada Tanggal : **06 Juni 2024**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE**





**Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM**  
 Pembina Tk. 1 (IV/b)  
 NIP. 19741013 200604 2 019

PAREPARE

**Biaya : Rp. 0.00**

---

• UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1  
 Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah  
 • Dokumen ini telah diandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**  
 • Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)

**Lampiran 5. Instrumen Penelitian**

	<p><b>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA</b>  <b>INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE</b></p> <p><b>FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</b></p> <p><b>Jl. Amal Bakti No.8 Soreang 911331 Telepon (0421)21307</b></p>
	<p><b>INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN</b>  <b>SKRIPSI</b></p>

NAMA MAHASISWA : ANDI NURFADILAH  
 NIM : 2020203862201043  
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 PRODI : AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH  
 JUDUL : PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, PERSEPSI  
 MANFAAT, DAN KUALITAS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP  
 MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *E-WALLET* SYARIAH LINKAJA  
 PADA MASYARAKAT PARE PARE

**KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Di Tempat

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Bapak/Ibu/Saudara/I dalam rangka menyelesaikan karya (skripsi) pada Prodi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare (IAIN) Parepare maka saya,

Nama : Andi Nurfadilah

NIM : 2020203862201043

Judul : Pengaruh Pengetahuan produk, Persepsi Manfaat, dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* syariah LinkAja Pada Masyarakat Pare-pare

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, Saya memohon dengan hormat ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/I Untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Atas ketersediaan Bapak/Ibu/ Saudara/I untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner ini, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Hormat Saya,

Andi Nurfadilah

## I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Asal Kecamatan :
3. Jenis kelamin :

4. Umur :

**II. PETUNJUK PENGISIAN**

1. Pernyataan yang ada, mohon dibaca dan dipahamin dengan sebaik-baiknya, sehingga tidak ada pernyataan yang tidak terisi atau terlewat
2. Berilah tanda checklist pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/I pada kolom yang telah disediakan. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pedapat atas pernyataan dengan keterangan berikut ini:
  - SS : Sangat Setuju = 5
  - S : Setuju = 4
  - N : Netral = 3
  - TS : Tidak setuju = 2
  - STS : Sangat Tidak Setuju = 1
3. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja
4. Terima Kasih atas partisipasi Anda

Indikator Pengetahuan Produk (X1)						
No	Indikator Variabel	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengetahui aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja merupakan dompet digital atau media transaksi online yang menerapkan prinsip-prinsip syariah					
2	Saya mengetahui informasi mengenai ragam layanan					



	yang ditawarkan aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja					
3	Saya mengetahui beberapa fitur yang ada di aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja					
4	Saya mengerti bagaimana cara melakukan <i>top-up</i> di aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja					
5	Dengan menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja sebagai media transaksi online saya terhindar dari riba dan gharar					
6	Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang ditawarkan aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja.					
Persepsi Manfaat (X2)						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa dengan menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja membuat transaksi menjadi lebih mudah dan praktis.					
2	Saya merasa dengan menggunakan aplikasi <i>E-wallet</i> syariah LinkAja, saya dapat melakukan transaksi lebih cepat					
3	Saya merasa ada banyak keuntungan tambahan ketika menggunakan <i>e-wallet</i> syariah LinkAja dibanding <i>e-wallet</i> lainnya					
4	Saya merasa aman dan khawatir saat melakukan transaksi pembayaran atau tidak takut uang saya hilang					
5	Saya merasa dengan adanya aplikasi <i>e-wallet</i> syariah					



	LinkAja, dapat meningkatkan efisiensi					
6	Saya sering menemukan <i>merchant</i> yang menerima <i>e-wallet</i> syariah LinkAja sebagai metode pembayaran					
Sistem Informasi Akuntansi (X3)						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja lebih efisien karena menampilkan informasi akuntansi yang cepat dan akurat					
2	Saya jarang mengalami masalah saat mencoba mengakses riwayat transaksi di <i>e-wallet</i> syariah LinkAja					
3	Saya merasa kualitas informasi akuntansi dari aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja mudah diakses dan dapat dipahami					
4	Proses Login ke aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja syariah cepat dan mudah					
5	Saya merasa bahwa integrasi layanan <i>e-wallet</i> syariah LinkAja membawa kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan layanan keuangan digital.					
6	Saya dapat dengan mudah menghubungkan aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja dengan <i>platform e-commerce</i> yang saya gunakan					
7	Saya merasa aplikasi <i>e-wallet</i> syariah LinkAja memiliki waktu respon yang cepat seperti proses transfer uang atau pembayaran yang cepat dan tepat waktu					

8	Saya merasa notifikasi dari aplikasi LinkAja muncul dengan cepat setelah transaksi dilakukan					
Minat (Y)						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya berminat untuk menggunakan aplikasi <i>E-wallet</i> sebagai salah satu sarana dalam melakukan transaksi pembayaran					
2	Saya berkeinginan menggunakan LinkAja karena adanya keyakinan keamanan transaksi					
3	Saya berminat ingin menggunakan <i>e-wallet</i> dalam beberapa bulan mendatang					
4	Saya berminat menggunakan <i>e-wallet</i> syariah LinkAja dimasa depan karena kadanya kejelasan tentang arah pengembangannya					
5	Saya merasa nyaman bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> syariah LinkAja dalam bertransaksi					
6	Saya berminat bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> syariah LinkAja disetiap ingin melakukan transaksi secara online					

## Lampiran 6. Data Responden

**Data Responden**

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Asal Kecamatan
1	Roni	Laki laki	17 - 26 tahun	Ujung
2	Aswin azis	Laki laki	17 - 26 tahun	Ujung
3	Shafira Ramadhani	Perempuan	17 - 26 tahun	Bacukiki
4	Faldi Cinta	Laki laki	17 - 26 tahun	Soreang
5	Widya	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang
6	Muh. Iqrar	Laki laki	17 - 26 tahun	Soreang
7	Irma Rahmayanti	Perempuan	17 - 26 tahun	Ujung
8	Muhammad Pandi	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
9	Annas Alqadrin Ramadhan	Perempuan	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
10	Ulla	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
11	Gregorius Engel Bertus Elsoin	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
12	Fatir	Laki laki	17 - 26 tahun	Soreang
13	Rijal	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki
14	Fitriady	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat

15	Muh maqbul	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki
16	Andi Naufal Fakhrusi Syaputra	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
17	M Fadil	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
18	Febri	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
19	Reski anugra	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
20	Putri anjani	Perempuan	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
21	Andi putri febrianti	Perempuan	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
22	Nayla bahar	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang
23	Aisyah	Perempuan	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
24	Fadhil	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
25	Andi resky	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
26	Rafly ahmd	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
27	Akbar jaya	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
28	Reni	Perempuan	17 - 26 tahun	Ujung
29	Muh. Taqwil Hakila	Laki laki	17 - 26 tahun	Soreang
30	Nurul Asmi	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang
31	Wahyuni	Perempuan	27 - 36 tahun	Ujung

32	Ibnu Abbas	Laki laki	28 - 36 tahun	Soreang
33	Benny	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki
34	Marwah	Perempuan	47 - 50 tahun	Soreang
35	Muhammad Arif	Laki laki	37 - 46 tahun	Soreang
36	Namrawati Ahmad	Perempuan	17 - 26 tahun	Bacukiki
37	Nurfaidah	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang
38	Khaerunnisa Amin	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang
39	Gita Gismawati. H, S.Pd., Gr.	Perempuan	27 - 36 tahun	Bacukiki
40	Nuraini	Perempuan	28 - 36 tahun	Bacukiki
41	Kaharuddin	Laki laki	29 - 36 tahun	Bacukiki
42	Nurul reski aklima	Perempuan	17 - 26 tahun	Ujung
43	Fitriani	Perempuan	17 - 26 tahun	Bacukiki
44	Zulviana	Perempuan	27 - 36 tahun	Bacukiki
45	Jusmiyati syamsuddin	Perempuan	17 - 26 tahun	Bacukiki
46	A. Nurul Ikhsana	Perempuan	27 - 36 tahun	Bacukiki
47	Fatmawati M. Tika	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang

48	Akbar nur	Laki laki	27 - 36 tahun	Ujung
49	Jati Santoso	Laki laki	28 - 36 tahun	Bacukiki Barat
50	Eva Sufiana, S.Pd.	Perempuan	29 - 36 tahun	Bacukiki Barat
51	Nuriyani	Perempuan	30 - 36 tahun	Ujung
52	Tirta Ayu, S.Ak.	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang
53	Madinah	Perempuan	37 - 46 tahun	Bacukiki
54	Andi Nurhaliza. Kasim	Perempuan	27 - 36 tahun	Ujung
55	Muhammad Idrus	Laki laki	27 - 36 tahun	Soreang
56	Fahriani	Perempuan	37 - 46 tahun	Soreang
57	Sitti Darmia, S.Pd.I	Perempuan	27 - 36 tahun	Ujung
58	Meiyanti	Perempuan	37 - 46 tahun	Bacukiki
59	Nurliana	Perempuan	27 - 36 tahun	Ujung
60	Gibran Zulkifli Baso	Laki laki	17 - 26 tahun	Soreang
61	Sultan Muhlis	Laki laki	17 - 26 tahun	Ujung
62	Muhammad Aidil	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
63	Aril Saputra. Y	Laki laki	17 - 26 tahun	Ujung
64	Sikra	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang

65	Aufa Ghalin	Laki laki	17 - 26 tahun	Ujung
66	Imran Mauliadi	Laki laki	17 - 26 tahun	Ujung
67	Syahrani musni	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang
68	Lia Rahmia, S. Pd	Perempuan	27 - 36 tahun	Soreang
69	Rizal	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang
70	Saldi	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
71	Saskia Auliyah	Perempuan	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
72	Syahrul	Laki laki	17 - 26 tahun	Soreang
73	Arvanita muhadir	Perempuan	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
74	Hamsahas Rahman	Laki laki	17 - 26 tahun	Soreang
75	Wahyuni	Perempuan	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
76	Nurhidaya Putri	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang
77	Nursyamsi	Perempuan	17 - 26 tahun	Ujung
78	Nurhawa	Perempuan	17 - 26 tahun	Ujung
79	Nur Aefih	Perempuan	17 - 26 tahun	Bacukiki
80	Salam Yusuf	Laki laki	27 - 36 tahun	Bacukiki Barat
81	Nurul Makka Mustafa	Perempuan	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat

82	Andriani	Perempuan	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
83	Rahmatullah	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang
84	Andi Saputra	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki
85	Ardi	Laki laki	27 - 36 tahun	Bacukiki
86	Gunawan	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
87	Ikhsan	Laki laki	27 - 36 tahun	Bacukiki
88	Muhammad Rivaldi	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki Barat
89	Andi Agung Saputra	Laki laki	17 - 26 tahun	Ujung
90	Syahrul Musni	Laki laki	17 - 26 tahun	Bacukiki
91	Nur Annisa Putri	Perempuan	17 - 26 tahun	Ujung
92	Alfiana Safitri	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang
93	Dewi Sartika	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang
94	Ayu Faradiba Anggreni	Perempuan	17 - 26 tahun	Soreang
95	Ahmad Jusril Saputra	Laki laki	27 - 36 tahun	Ujung
96	Andi muh akram	Laki laki	17 - 26 tahun	Soreang



**Lampiran 7. Hasil SPSS 29**

**Jenis\_kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki laki	46	47.9	47.9	47.9
	Perempuan	50	52.1	52.1	100.0
Total		96	100.0	100.0	

**Umur**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 – 26 tahun	71	74.0	74.0	74.0
	27 – 36 tahun	19	19.8	19.8	93.8
	27 – 46 tahun	1	1.0	1.0	94.8
	37 – 46 tahun	4	4.2	4.2	99.0
	47 – 50 tahun	1	1.0	1.0	100.0
Total		96	100.0	100.0	

**Asal**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bacukiki	19	19.8	19.8	19.8
	Bacukiki Barat	28	29.2	29.2	49.0
	Soreang	29	30.2	30.2	79.2
	Ujung	20	20.8	20.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	96	1	5	4.06	.792

X1.2	96	1	5	4.00	.754
X1.3	96	2	5	3.84	.875
X1.4	96	2	5	3.98	.711
X1.5	96	2	5	3.91	.809
X1.6	96	1	5	3.82	.951
X2.1	96	3	5	4.09	.755
X2.2	96	3	5	4.04	.724
X2.3	96	3	5	4.01	.788
X2.4	96	2	5	3.30	.884
X2.5	96	3	5	3.98	.767
X2.6	96	2	5	3.52	.767
X3.1	96	3	5	4.00	.754
X3.2	96	1	5	3.54	.962
X3.3	96	3	5	3.97	.746
X3.4	96	3	5	4.03	.774
X3.5	96	3	5	4.04	.780
X3.6	96	2	5	3.79	.905
X3.7	96	3	5	3.99	.747
X3.8	96	3	5	4.05	.759
Y1	96	2	5	4.03	.787
Y2	96	3	5	3.92	.763
Y3	96	2	5	3.94	.818
Y4	96	3	5	3.90	.788
Y5	96	3	5	3.92	.790
Y6	96	2	5	3.92	.763
Valid N (listwise)	96				

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL		
X1.1	Pearson Correlation	1																												
	Sig (2-tailed)		.264	.898	.545	.617	.518	.571	.546	.522	.318	.470	.396	.599	.135	.609	.649	.541	.165	.624	.572	.452	.427	.428	.483	.496	.409	.697		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.264	1																											
	Sig (2-tailed)	.009		.239	.295	.207	.103	.166	.096	.142	.221	.164	.273	.130	.189	.150	.126	.161	.170	.168	.055	.124	.110	.119	.071	.053	.128	.264		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.698	.239	1																										
	Sig (2-tailed)	.000	.019		.554	.649	.591	.644	.659	.506	.402	.450	.468	.623	.089	.654	.629	.550	.211	.610	.552	.496	.580	.472	.557	.621	.517	.748		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.545	.295	.554	1																									
	Sig (2-tailed)	.000	.004	.000		.491	.462	.475	.452	.339	.245	.520	.425	.550	.080	.455	.441	.400	.042	.436	.353	.472	.443	.378	.466	.409	.385	.500		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.617	.207	.649	.491	1																								
	Sig (2-tailed)	.000	.043	.000	.000		.484	.549	.564	.530	.406	.624	.469	.570	.039	.605	.593	.557	.131	.643	.591	.484	.550	.468	.497	.498	.533	.712		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	.518	.103	.561	.462	.484	1																							
	Sig (2-tailed)	.000	.319	.000	.000	.000		.712	.652	.834	.365	.629	.474	.675	.187	.719	.722	.682	.250	.694	.596	.626	.586	.635	.607	.638	.559	.792		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.1	Pearson Correlation	.571	.166	.644	.475	.549	.712	1																						
	Sig (2-tailed)	.000	.105	.000	.000	.000	.000		.659	.724	.336	.639	.478	.740	.161	.771	.824	.726	.322	.786	.726	.850	.653	.572	.618	.666	.562	.850		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.546	.096	.659	.452	.664	.652	.659	1																					
	Sig (2-tailed)	.000	.350	.000	.000	.000	.000	.000		.719	.350	.664	.453	.771	.149	.801	.824	.742	.351	.779	.724	.551	.654	.431	.596	.696	.578	.834		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.522	.142	.506	.339	.530	.634	.724	.719	1																				
	Sig (2-tailed)	.000	.168	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.283	.557	.461	.656	.216	.681	.724	.735	.254	.698	.597	.559	.527	.442	.595	.593	.562	.761		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	.318	.221	.402	.245	.406	.395	.336	.358	.283	1																			
	Sig (2-tailed)	.002	.030	.000	.016	.000	.001	.000	.005	.000		.413	.448	.379	.264	.429	.448	.287	.172	.372	.337	.289	.287	.303	.288	.308	.303	.502		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	.470	.164	.450	.520	.624	.629	.639	.664	.557	.413	1																		
	Sig (2-tailed)	.000	.111	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			.519	.673	.073	.697	.657	.634	.221	.678	.688	.611	.626	.534	.588	.552	.644	.773		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.6	Pearson Correlation	.396	.273	.468	.425	.469	.474	.478	.453	.461	.448	.519	1																	
	Sig (2-tailed)	.000	.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.473	.156	.470	.522	.420	.158	.469	.441	.495	.506	.471	.421	.454	.380	.626		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.1	Pearson Correlation	.599	.130	.623	.550	.570	.675	.740	.771	.656	.379	.673	.473	1																
	Sig (2-tailed)	.000	.208	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.203	.748	.794	.752	.262	.785	.754	.674	.713	.597	.709	.724	.695	.866		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.135	.189	.089	-.060	.039	.167	.161	.149	.215	.264	.073	.156	.200	1															
	Sig (2-tailed)	.191	.085	.387	.559	.707	.069	.118	.148	.038	.009	.483	.130	.047		.071	.203	.194	.226	.169	.120	.089	.120	.124	.103	.157	.148	.261		
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	.609	.150	.654	.465	.605	.719	.771	.801	.881	.429	.697	.470	.746	.171	1														
	Sig (2-tailed)	.000	.146	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.097		.858	.780	.364	.830	.728	.664	.679	.669	.693	.727	.696			
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	.649	.126	.629	.441	.593	.722	.824	.824	.724	.448	.657	.522	.794	.203	.858	1													
	Sig (2-tailed)	.000	.220	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.047	.000		.869	.280	.800	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3.5	Pearson Correlation	.541	.161	.550	.400	.557	.662	.726	.742	.735	.287	.634	.420	.752	.194	.780	.868	1												
	Sig (2-tailed)	.000	.117	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.058	.000	.058	.000		.281	.888	.743	.632	.676	.591						

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		96	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.47662295	
Most Extreme Differences	Absolute	.073	
	Positive	.065	
	Negative	-.073	
Test Statistic		.073	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	.233	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.222
		Upper Bound	.243

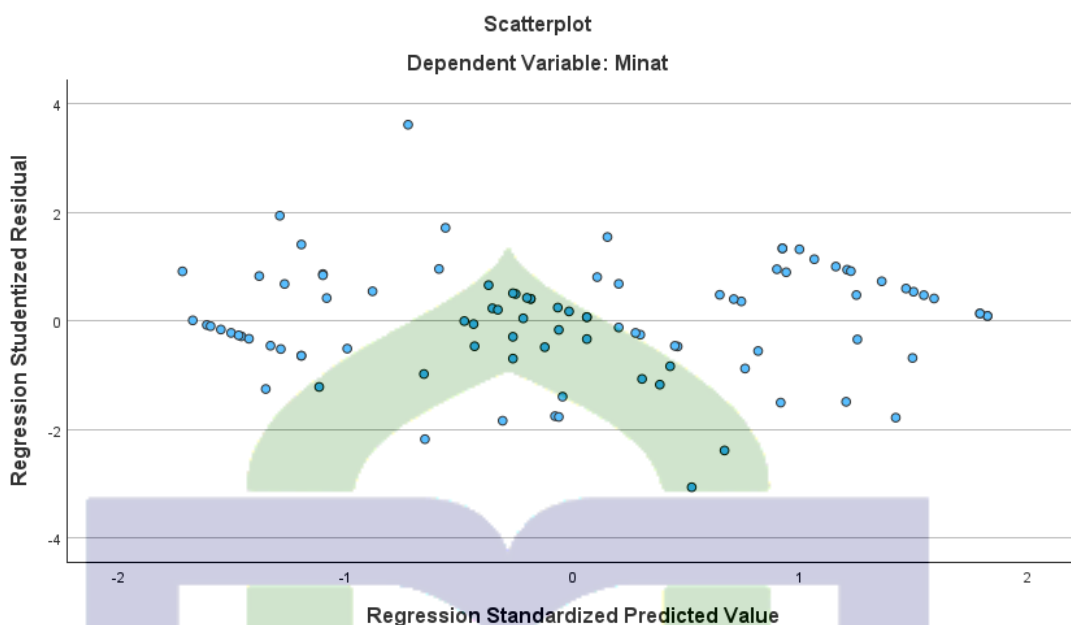
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.



### Correlations

		X1	X2	X3	Y
X1	Pearson Correlation	1	.652**	.565**	.587**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.001
	N	96	96	96	96
X2	Pearson Correlation	.652**	1	.761**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.001
	N	96	96	96	96
X3	Pearson Correlation	.565**	.761**	1	.704**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.001
	N	96	96	96	96
Y	Pearson Correlation	.587**	.671**	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001	
	N	96	96	96	96

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.387	1.840		.210	.834
Pengetahuan Produk (X1)	.248	.120	.214	2.069	.041
Persepsi Manfaat (X2)	.042	.155	.037	.272	.787
Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X3)	.522	.106	.601	4.945	<.001

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Model	ANOVA <sup>a</sup>					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1082.042	3	360.681	56.947	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	582.698	92	6.334		
	Total	1664.740	95			

a. Dependent Variable: Minat (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas sistem informasi akuntansi (X3), Pengetahuan Produk (X1), Persepsi manfaat (X2)

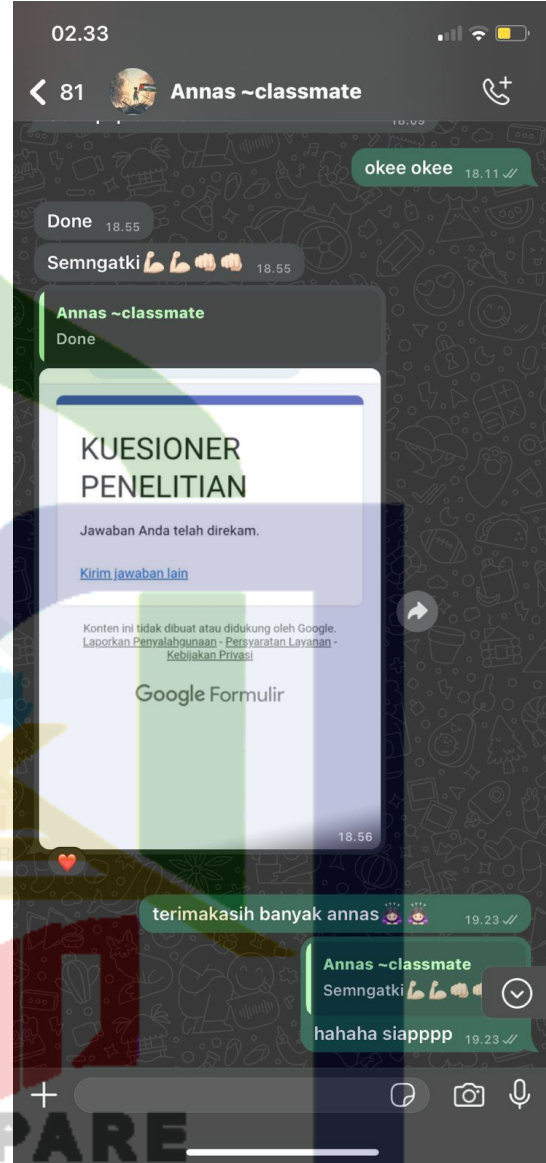
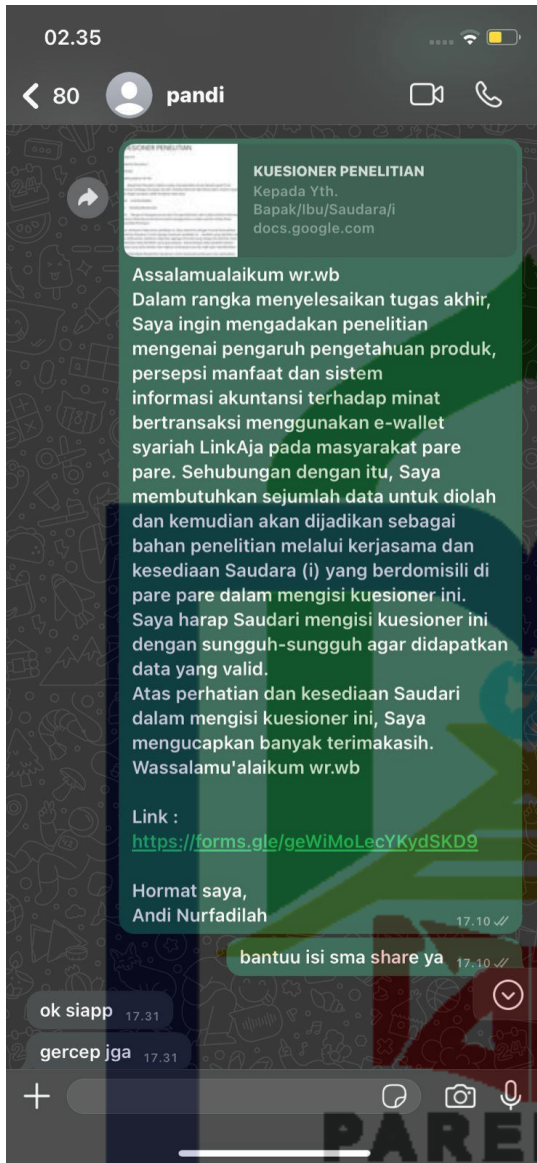
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 <sup>a</sup>	.650	.639	2.517

a. Predictors: (Constant), Kualitas sistem informasi akuntansi (X3), Pengetahuan Produk (X1), Persepsi manfaat (X2)

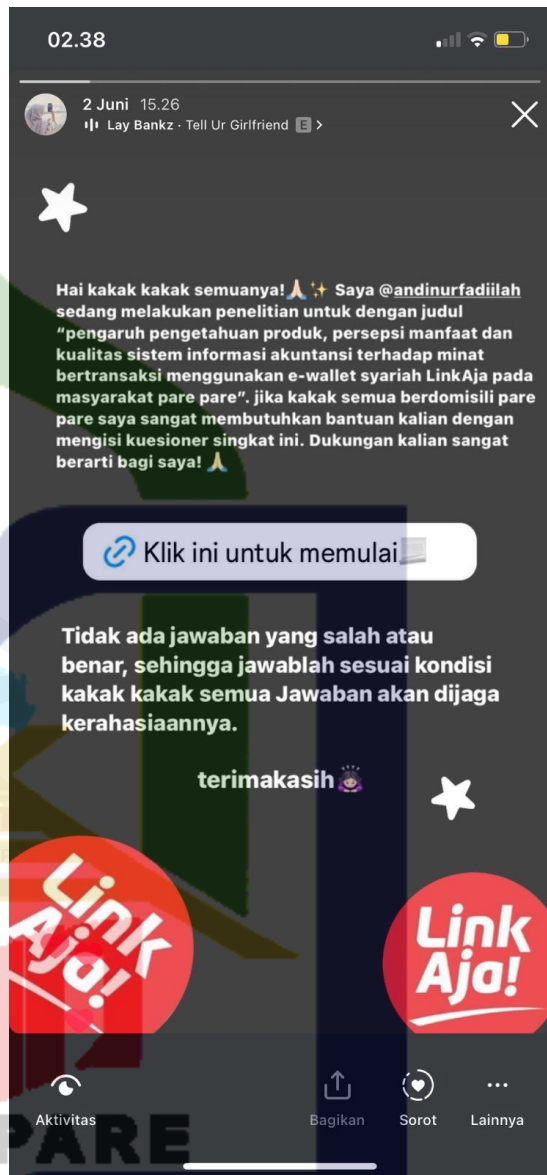
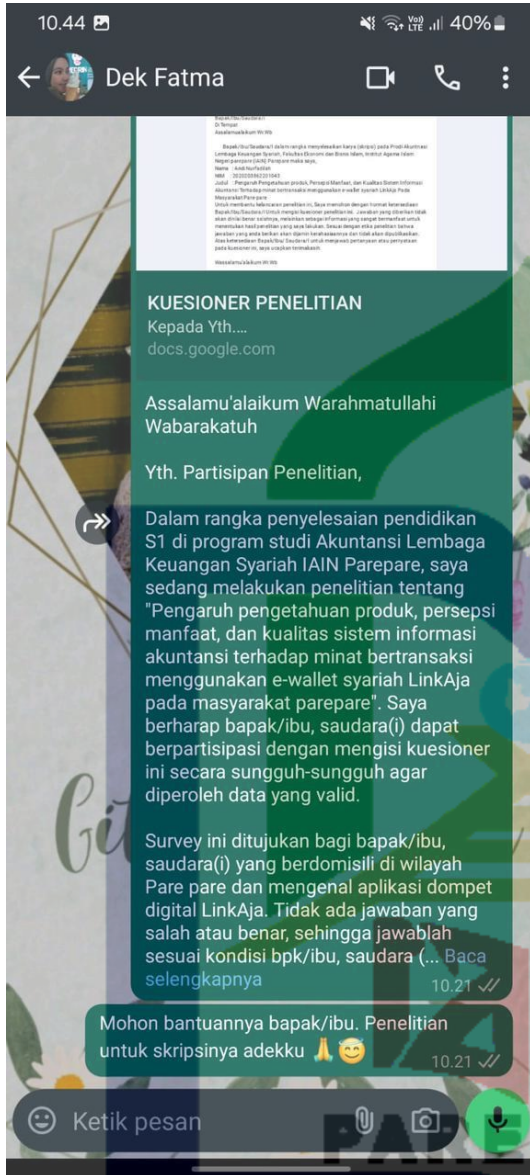
## Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian











### BIODATA PENULIS



Andi Nurfadilah, Lahir di Pinrang pada tanggal 28 Mei 2002. Merupakan anak kedua dari Bapak Andi Ahkan dan Ibu Nurhayati Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Riwayat Pendidikan berawal dari Sekolah Dasar Negeri Buttatianang II Makassar pada tahun 2008-2014. Kemudian dilanjutkan Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Suppa pada tahun 2014-2017 dan lanjut Sekolah Menengah Atas Negeri 4 Suppa pada tahun 2017-2020. Pada tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, dengan mengambil program studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Penulis pernah menjadi anggota divisi dokumentasi pada saat KKN Reguler di Kabupaten Enrekang, Kecamatan Baraka, Kelurahan Balla. Dan penulis juga pernah melakukan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Bank Sulselbar cabang Sengkang. Berkat rahmat Allah yang Maha Kuasa dan kerja keras beserta iringan do'a dari orang tua dan saudara-saudara, perjuangan penulis dalam mengikuti pendidikan di perguruan akhirnya juga tersusunnya skripsi dengan judul: Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat Dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* Syariah Linkaja Pada Masyarakat Parepare