



Pengaruh Kesadaran Halal, Persepsi Kemudahan, Dan Teman Sebaya Terhadap Keputusan Menggunakan Fintech Syariah Pada Generasi Z Kota Mataram

M. Azhari Saputra¹

¹ UIN Mataram

Email: azharisaputra001@gmail.com

Afifudin²

² UIN Mataram

Email: afifudin@uinmataram.ac.id

Samahudin³

³ UIN Mataram

Email: hajimuhsamahudin@gmail.com

Lalu Ahmad Ramdani⁴

³ UIN Mataram

Email: laluahmadramdani@uinmataram.ac.id

Abstract

The rapid development of financial technology has driven changes in Generation Z's behavior in utilizing digital financial services, including Sharia-compliant fintech. This study was conducted to examine the extent to which halal awareness, perceived ease of use, and peer influence play a role in Generation Z's decision-making in Mataram City regarding the use of Sharia-compliant fintech services. The theoretical basis of this study refers to the Theory of Planned Behavior (TPB), the Technology Acceptance Model (TAM), and Social Influence Theory, which is strengthened by a review of literature related to fintech and the Sharia economy. This study applies a quantitative approach with a causal associative research design. Data collection was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents belonging to Generation Z in Mataram City, where respondents were selected using a purposive sampling technique. Data analysis in this study was conducted using multiple linear regression methods with the assistance of SPSS software. The results show that perceived ease of use and peer influence have a positive and significant influence on the decision to use Sharia-compliant fintech services, while halal awareness has a significant and negative influence. Collectively, the three independent variables in this study were shown to significantly influence the decision to use Sharia-compliant fintech services. This study concluded that technological and social factors play a more dominant role in encouraging Generation Z to use Sharia-compliant fintech, necessitating the strengthening of literacy and understanding regarding the implementation of halal values in Sharia-compliant fintech services.

Keywords: Sharia-compliant Fintech, Halal Awareness, Perceived Convenience, Peers, Generation Z.



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 5, NO. 01, September 2026

<https://jurnal.iainhancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v5i1.3484

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi finansial telah mendorong perubahan perilaku generasi Z dalam memanfaatkan layanan keuangan digital, termasuk fintech berbasis syariah. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji sejauh mana kesadaran halal, persepsi terhadap kemudahan penggunaan, serta pengaruh teman sebaya berperan dalam pengambilan keputusan generasi Z di Kota Mataram dalam menggunakan layanan fintech berbasis syariah. Landasan teoritis penelitian ini mengacu pada Theory of Planned Behavior (TPB), Technology Acceptance Model (TAM), serta Social Influence Theory, yang diperkuat dengan kajian literatur terkait fintech dan ekonomi syariah. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang termasuk dalam generasi Z di Kota Mataram, di mana pemilihan responden dilakukan menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan serta pengaruh teman sebaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan layanan fintech syariah, sedangkan kesadaran halal berpengaruh signifikan dengan arah pengaruh negatif. Secara bersama-sama, ketiga variabel independen dalam penelitian ini terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan fintech syariah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor teknologis dan sosial memiliki peran yang lebih dominan dalam mendorong generasi Z menggunakan fintech syariah, sehingga diperlukan penguatan literasi serta pemahaman terhadap implementasi nilai-nilai kehalalan dalam layanan fintech syariah.

Kata Kunci: Fintech Syariah, Kesadaran Halal, Persepsi Kemudahan, Teman Sebaya, Generasi Z



Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan *teknologi finansial* (fintech) baik di Indonesia maupun di tingkat global menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan. Fenomena ini telah mengubah cara masyarakat bertransaksi, mengelola uang, dan membuat keputusan dalam memanfaatkan layanan keuangan digital. Beberapa studi mengungkapkan bahwa pemanfaatan layanan fintech dipengaruhi oleh berbagai aspek yang terkait dengan teknologi, seperti kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat, serta faktor sosial seperti norma subjektif dan pengaruh teman sebaya.¹ Sebagai contoh, penelitian berjudul “Integrasi Layanan Fintech Dalam Platform E-Commerce: Studi Kasus Penggunaan Paylater Pada Generasi Z” menemukan bahwa generasi Z di Indonesia semakin sering memakai layanan fintech di platform e-commerce, terutama karena faktor kemudahan dan rasa aman yang mereka rasakan saat menggunakannya.²

Seiring meningkatnya penggunaan layanan fintech di berbagai kalangan, muncul pula bentuk inovasi keuangan digital yang menyesuaikan dengan nilai-nilai keagamaan masyarakat Indonesia. Salah satunya adalah fintech berbasis syariah, yang menawarkan layanan keuangan sesuai dengan prinsip kehalalan, keadilan, transparansi, serta bebas dari riba dan gharar. Studi berjudul “Menakar Kesyariahan Fintech Syariah di Indonesia” menegaskan bahwa penguatan literasi syariah menjadi hal penting, sebab kepatuhan terhadap prinsip halal merupakan aspek utama dalam menjaga kepercayaan pengguna terhadap layanan fintech syariah.³

Melihat pentingnya kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam penggunaan fintech, muncul perhatian khusus terhadap variabel kesadaran halal (*halal awareness*) yang dinilai sangat relevan untuk diteliti lebih lanjut. Misalnya, dalam studi berjudul “*Halal Knowledge, Religiosity, and Halal Awareness: Determinants of Generation Z Consumers Purchase Decision*” dijelaskan bahwa tingkat kesadaran halal, pengetahuan mengenai halal, serta religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan generasi Z dalam memilih produk halal. Temuan ini mengindikasikan bahwa nilai-nilai keagamaan berperan penting dalam membentuk pola dan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan, termasuk dalam keputusan mereka untuk mengadopsi layanan keuangan berbasis syariah.⁴

Selain aspek kesadaran halal yang berperan dalam membentuk keputusan pengguna, faktor kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) juga menjadi elemen penting dalam penerimaan teknologi keuangan. Semakin sederhana sebuah aplikasi fintech digunakan, semakin besar pula peluang seseorang untuk memanfaatkannya secara berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian berjudul “*The Effects of*

¹ Hadi Purwanto, dkk., “Perkembangan dan dampak financial technology (fintech) terhadap perilaku manajemen keuangan di masyarakat,” *Kompleksitas: Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis* 11 (2022).

² Muzakkir Muzakkir, dkk., “Integrasi Layanan Fintech Dalam Platform E-Commerce: Studi Kasus Penggunaan Paylater Pada Generasi Z,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 10, no. 1 (2025): hlm. 49–57.

³ Fathul Aminudin Aziz, “Menakar Kesyariahan Fintech Syariah di Indonesia,” *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam* 14, no. 1 (2020): hlm. 1–18.

⁴ Sefni Novita Sari dan Dessi Susanti, “Halal Knowledge , Religiosity , and Halal Awareness : Determinants of Generation Z Consumers Purchase Decision” 10 (2025): hlm. 317–342.



Perceived Ease of Use, Security, and Promotion on Trust and Its Implications on Fintech Adoption" yang menunjukkan bahwa tingkat kemudahan dalam pengoperasian aplikasi menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pengguna dalam mulai menggunakan layanan fintech.⁵

Tidak hanya factor kesadaran halal dan kemudahan penggunaan, pengaruh teman sebaya (*peer influence* atau *social influence*) juga menjadi aspek yang patut diperhatikan dalam memahami perilaku generasi Z terhadap penggunaan layanan digital, termasuk fintech. Tekanan sosial atau norma kelompok sering kali membentuk persepsi dan keputusan individu dalam mencoba atau menggunakan suatu teknologi. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian "*Factors Influencing Generation Z Intention in Using FinTech Digital Payment Services*" yang menyimpulkan bahwa pengaruh sosial (*social influence*) menjadi salah satu variabel yang cukup signifikan dalam membentuk niat Gen Z untuk menggunakan layanan pembayaran digital berbasis fintech.⁶

Namun, meskipun potensi pertumbuhan fintech syariah di Indonesia sangat luas, terutama karena mayoritas penduduknya memeluk agama Islam, masih terdapat kesenjangan penelitian mengenai bagaimana variabel kesadaran halal, kemudahan penggunaan, dan pengaruh teman sebaya secara bersamaan memengaruhi keputusan generasi Z dalam menggunakan layanan tersebut, terutama di wilayah perkotaan menengah seperti Kota Mataram. Kondisi ini menunjukkan bahwa meski minat terhadap fintech terus tumbuh, tingkat adopsinya masih belum merata. Berdasarkan studi "*Rethinking Financial Inclusion in the Digital Age: Determinants of Fintech Adoption in Indonesian Households*", hanya sekitar 5,48% rumah tangga di Indonesia yang melaporkan telah menggunakan layanan fintech digital, menandakan bahwa pemanfaatan teknologi keuangan masih memiliki ruang besar untuk dikembangkan.⁷

Dengan demikian, penelitian ini memiliki urgensi yang kuat untuk dilakukan. Memahami berbagai faktor yang berperan dalam menentukan keputusan generasi Z untuk memanfaatkan layanan fintech berbasis syariah dapat memberikan manfaat strategis bagi berbagai pihak, seperti penyedia layanan fintech syariah, regulator, serta pemangku kepentingan di sektor keuangan syariah. Temuan penelitian ini diharapkan mampu menjadi landasan dalam penyusunan strategi yang lebih tepat dan efektif guna mendorong peningkatan inklusi keuangan syariah di kalangan muda.

Dalam kajian literatur sebelumnya, penelitian berjudul "*Sharia Fintech and Gen Z: The Mediating Role of Perceived Usefulness*" meneliti pemanfaatan layanan fintech syariah oleh generasi Z yang berada di wilayah Pulau Jawa dan menemukan bahwa *perceived usefulness* berperan sebagai variabel mediasi antara norma subjektif dan

⁵ Meryl Astin Nangin, dkk., "The Effects of Perceived Ease of Use , Security , and Promotion on Trust and Its Implications on Fintech Adoption" 05, no. 02 (2020): hlm. 124–38.

⁶ Andrew Christian Aseng, "Factors Influencing Generation Z Intention in Using FinTech Digital Payment Services," *Cogito Smart Journal* 6, no. 2 (2020): hlm. 155–66.

⁷ Axellina Muara Setyanti, dkk., "Rethinking Financial Inclusion in the Digital Age : Determinants of Fintech Adoption in Indonesian Households," *Neo Journal of Economy and Social Humanities (NEJESH)* 4, no. 2 (2025): hlm. 209–24.



kemudahan penggunaan terhadap niat perilaku.⁸ Sementara itu, penelitian pada sektor produk halal seperti *"Perception and Consumer Behavior of Halal Product Toward Purchase Decision in Indonesia"* menunjukkan bahwa tingkat religiusitas konsumen serta adanya sertifikasi halal terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk halal.⁹ Meskipun kedua penelitian tersebut memberikan wawasan berharga, masih sedikit studi yang secara bersamaan mengkaji kesadaran halal, kemudahan penggunaan, pengaruh teman sebaya, dan keputusan penggunaan fintech syariah di kalangan generasi Z, khususnya di daerah seperti Kota Mataram. Kesenjangan inilah yang menjadi dasar utama bagi penelitian ini untuk dilakukan.

Peneliti melakukan wawancara pendahuluan dengan dua mahasiswa Generasi Z di Kota Mataram untuk menggali pandangan mereka mengenai penggunaan fintech syariah dalam bentuk layanan *mobile banking* (m-banking). Dari hasil wawancara, diketahui bahwa kedua responden telah terbiasa menggunakan berbagai aplikasi m-banking konvensional seperti BCA Mobile, BSI Mobile, dan Livin by Mandiri. Meskipun demikian, tingkat pemanfaatan m-banking berbasis syariah seperti BSI Mobile masih belum optimal. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun layanan tersebut sudah dikenal, penggunaannya belum sepenuhnya menjadi pilihan utama di kalangan generasi Z.

Responden pertama, seorang mahasiswi Universitas Mataram berusia 21 tahun, menyampaikan bahwa ia menggunakan layanan m-banking hampir setiap hari untuk berbagai keperluan seperti transfer uang, pembayaran biaya kuliah, hingga pembelian pulsa. Ia mengetahui bahwa BSI Mobile merupakan layanan keuangan berbasis syariah, namun mengaku belum terlalu memperhatikan aspek kehalalan dalam penggunaannya. Menurutnya, faktor kemudahan dan kecepatan transaksi menjadi alasan utama dalam memilih aplikasi tersebut. Ia juga menjelaskan bahwa pemilihan suatu aplikasi m-banking kerap dipengaruhi oleh rekomendasi atau ajakan dari teman dan lingkungan kampus. Dalam keterangannya, ia mengatakan, "Saya pakai Livin by Mandiri, tapi selama aplikasinya gampang digunakan dan banyak teman juga pakai, saya ikut saja. Soal halal atau tidak, saya belum terlalu paham."¹⁰

Sementara itu, responden kedua mahasiswa UIN Mataram yang berusia 21 tahun menyampaikan bahwa ia cenderung memilih layanan m-banking syariah karena merasa lebih tenang secara spiritual. Ia mengatakan, "Saya pakai BSI Mobile karena ingin transaksi yang sesuai prinsip syariah, jadi lebih yakin dan tenang." Meski demikian, ia menilai masih ada beberapa kekurangan dari sisi tampilan antarmuka dan fitur aplikasi yang terkadang membuatnya beralih ke m-banking konvensional untuk keperluan tertentu yang lebih praktis. Selain faktor pribadi, ia juga mengakui bahwa pengaruh

⁸ M Arif Hakim dan Agus Supriyanto, "Sharia fintech and Gen Z: The mediating role of perceived usefulness," *Share: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 13, no. 1 (2024): hlm. 322-46.

⁹ Much Djunaedi dkk., "Perception and Consumer Behavior of Halal Product Toward Purchase Decision in Indonesia," *Jurnal Teknik Industri* 22, no. 2 (2021): hlm. 171-84.

¹⁰ Marsha Dwi Cahyaningwati, wawancara, Mataram, 13 November 2025



teman-teman yang sudah lebih dulu menggunakan layanan berbasis syariah turut memperkuat kepercayaannya untuk mencoba dan terus menggunakan aplikasi tersebut.¹¹

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, peneliti bermaksud menelusuri lebih jauh bagaimana pengaruh kesadaran halal, kemudahan penggunaan, serta peran teman sebaya terhadap keputusan individu dalam memanfaatkan layanan fintech syariah. Oleh karena itu penelitian ini di beri judul “Pengaruh Kesadaran Halal, Persepsi Kemudahan, Dan Teman Sebaya Terhadap Keputusan Menggunakan Fintech Syariah Pada Generasi Z Kota Mataram”.

Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat. Pendekatan kuantitatif dipilih karena keseluruhan prosesnya banyak melibatkan penggunaan data angka, mulai dari tahap pengumpulan informasi, analisis, hingga penarikan kesimpulan akhir. Melalui metode ini, hubungan sebab-akibat antar variabel dapat diuji secara lebih terukur dan objektif. Menurut Sugiyono, Penelitian asosiatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi keterkaitan antara dua variabel atau lebih, baik variabel yang berfungsi sebagai variabel bebas (independent) maupun variabel yang menjadi variabel terikat (dependent). Dalam penelitian asosiatif, terdapat tiga bentuk hubungan yang dapat dianalisis, yaitu hubungan simetris, hubungan kausal, serta hubungan interaktif atau timbal balik. Hubungan kausal menggambarkan adanya keterkaitan sebab dan akibat, di mana variabel independen berperan sebagai faktor yang memengaruhi, sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi.¹²

2. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan mencakup seluruh anggota Generasi Z yang tinggal atau menetap di Kota Mataram dan memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan fintech.¹³

Jumlah populasi Generasi Z berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, yang dihitung berdasarkan kelompok umur, tercatat sebanyak 105.710 jiwa dengan pengguna fintech diperkirakan 70.526 jiwa sesuai dengan regulasi penggunaan fintech yang mewajibkan pendaftaran fintech menggunakan KTP.¹⁴

¹¹ M. Wawan Rizki Ramdani, *wawancara*, Mataram, 13 November 2025

¹² Suriasumantri Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment” (New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra, 2017). hlm. 36-37.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. hlm. 126

¹⁴ Badan Pusat Statistik (BPS), “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur,” 2024, <https://mataramkota.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGeyMXBkVFUxY25Ke9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--ribu-jiwa--di-kota-mataram--2024.html?year=2024>



Pada penelitian ini, pemilihan sampel dilakukan secara non-probabilitas melalui teknik *Purposive Sampling* (Sampel Bertujuan). Artinya, peneliti tidak memberikan kesempatan yang sama kepada seluruh populasi, melainkan menetapkan kriteria dan karakteristik khusus yang wajib dipenuhi oleh calon responden agar data yang didapatkan sesuai dan benar-benar relevan dengan tujuan dan ruang lingkup penelitian.

Sampel dalam penelitian ini adalah individu dari Generasi Z yang tinggal atau berdomisili di Kota Mataram, dengan kriteria berusia 19–26 tahun, menetap di wilayah Kota Mataram, serta menggunakan layanan fintech seperti mobile banking atau aplikasi keuangan digital.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) yang ditetapkan sebesar 10%.

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : batasan kesalahan (*margin of error*)

Sehingga,

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

$$n = \frac{70.526}{(1 + 70.526 (0,10^2))}$$

$$n = \frac{70.526}{(1 + 70.526 (0,01))}$$

$$n = \frac{70.526}{(1 + 705,26)}$$

$$n = \frac{70.526}{706,26}$$

$$n = 99,88$$

Dengan demikian, sampel minimum yang diperlukan dengan *margin of error* 10% adalah sekitar 100 responden.

3. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang disusun secara mandiri oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama. Kuesioner disusun berdasarkan skala Likert untuk mengukur tingkat kesadaran halal, persepsi kemudahan, serta pengaruh teman sebaya terhadap keputusan penggunaan fintech syariah pada Generasi Z di



Kota Mataram. Kuesioner tersebut didistribusikan secara daring melalui *Google Form* dan disebarakan menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram, serta melalui jaringan pertemanan.

Jumlah responden yang ditargetkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Namun, hasil penyebaran kuesioner menghasilkan 127 responden yang memberikan tanggapan. Dari jumlah tersebut, hanya 100 data responden yang memenuhi kriteria penelitian dan dinyatakan valid untuk dianalisis, sedangkan data lainnya tidak digunakan karena tidak sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

Kriteria responden dalam penelitian ini meliputi individu berusia 19–26 tahun, berdomisili di Kota Mataram, serta pernah atau sedang menggunakan layanan fintech syariah. Pengumpulan data dilaksanakan pada periode Desember hingga Januari. Setiap data yang masuk selanjutnya melalui proses validasi dengan memeriksa kelengkapan jawaban dan konsistensi pengisian, sehingga hanya data yang memenuhi kriteria dan dinyatakan valid yang digunakan dalam tahap analisis selanjutnya.

Melalui teknik tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memperoleh data kuantitatif yang representatif untuk menganalisis pengaruh kesadaran halal, persepsi kemudahan, dan teman sebaya terhadap keputusan penggunaan fintech syariah pada Generasi Z.

Berikut adalah tabel alternatif jawaban dari pertanyaan yang akan diajukan kepada responden :

Tabel 1
Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Pada analisis regresi dan korelasi sederhana, hanya satu variabel independen yang dilibatkan. Berbeda halnya dengan regresi linier berganda yang menggunakan lebih dari satu variabel independen. Oleh karena itu, bentuk umum persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut ¹⁵:

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

Dimana:

Y = Keputusan menggunakan fintech

b₁ = Koefisien regresi

x₁ = Kesadaran Halal

¹⁵ Sambas Ali Muhidin, "Analisis korelasi regresi dan jalur dalam penelitian," 2011. hlm. 121



x_2 = Persepsi Kemudahan

x_3 = Teman Sebaya

a = Konstanta

e = Standar *error*

Pembahasan

1. Data Penelitian

a. Hasil Uji Intrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan langkah yang digunakan untuk menilai sejauh mana instrumen kuesioner dapat mengukur variabel yang menjadi fokus penelitian secara akurat. Pengujian ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap butir pertanyaan dengan skor total dari seluruh item kuesioner, sehingga dapat diketahui kontribusi setiap pernyataan dalam merepresentasikan variabel penelitian. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila setiap butir pertanyaan mampu secara konsisten mencerminkan konsep yang hendak diukur.

Penentuan validitas dengan membandingkan nilai r hitung terhadap r tabel. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden ($N = 100$) dengan tingkat signifikansi 0,05, sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,196 sebagai batas minimum validitas. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 25 guna memastikan ketepatan perhitungan statistik. Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner, yang disebarkan kepada responden melalui *Google Form*, terdiri dari 38 butir pernyataan yang dikelompokkan ke dalam empat variabel, yaitu delapan item untuk variabel X_1 , sepuluh item untuk variabel X_2 , dua belas item untuk variabel X_3 , dan delapan item untuk variabel Y . Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan konsisten, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Halal (X1)

item	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
X1P1	0,790	0,196	Valid
X1P2	0,821	0,196	
X1P3	0,667	0,196	
X1P4	0,849	0,196	
X1P5	0,635	0,196	
X1P6	0,719	0,196	
X1P7	0,754	0,196	
X1P8	0,648	0,196	

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X2)

item	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
X2P1	0,844	0,196	Valid
X2P2	0,828	0,196	
X2P3	0,807	0,196	
X2P4	0,821	0,196	
X2P5	0,800	0,196	
X2P6	0,759	0,196	
X2P7	0,797	0,196	
X2P8	0,818	0,196	
X2P9	0,815	0,196	
X2P10	0,784	0,196	

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Teman Sebaya (X3)

item	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
X3P1	0,784	0,196	Valid
X3P2	0,651	0,196	
X3P3	0,788	0,196	
X3P4	0,810	0,196	
X3P5	0,819	0,196	
X3P6	0,714	0,196	
X3P7	0,743	0,196	
X3P8	0,825	0,196	
X3P9	0,810	0,196	
X3P10	0,796	0,196	
X3P11	0,874	0,196	
X3P12	0,793	0,196	

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

item	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
YP1	0,782	0,196	Valid
YP2	0,847	0,196	
YP3	0,827	0,196	
YP4	0,848	0,196	
YP5	0,815	0,196	
YP6	0,824	0,196	
YP7	0,893	0,196	
YP8	0,839	0,196	

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian yang ditampilkan Berdasarkan Tabel 4.3, 4.4, 4.5, dan 4.6, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian memiliki nilai *r* hitung yang lebih tinggi dibandingkan nilai *r* tabel sebesar 0,196. Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan memiliki korelasi yang memadai dengan skor total, sehingga semua item dapat dinyatakan valid. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan telah mampu merepresentasikan variabel penelitian secara tepat dan layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data. Terpenuhinya kriteria validitas pada seluruh item juga menandakan bahwa instrumen penelitian memiliki kualitas yang baik serta mampu menghasilkan pengukuran yang akurat dan dapat diandalkan dalam proses analisis data.

2) Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai tingkat konsistensi sebuah instrumen pengukuran, yaitu sejauh mana butir-butir pernyataan dalam kuesioner mampu menghasilkan data yang stabil dan konsisten. Dalam penelitian ini, instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 ($\text{Alpha} > 0,60$). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS Statistics versi 25.

Tabel 6
Hasil Uji Realibilitas Variabel Kesadaran Halal

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.879	.879	8

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Tabel 7

Hasil Uji Realibilitas Variabel Persepsi Kemudahan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.940	.941	10

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Tabel 8

Hasil Uji Realibilitas Variabel Teman Sebaya

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.942	.943	12

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Tabel 9

Hasil Uji Realibilitas Keputusan Penggunaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.937	.938	8

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Hasil pada tabel menunjukkan bahwa semua item pernyataan dalam instrumen penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas ambang batas 0,6. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrumen ini memiliki konsistensi internal yang memadai, sehingga data yang diperoleh melalui kuesioner dapat dinyatakan reliabel. Dengan demikian, setiap butir pernyataan mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil dan konsisten dalam mengukur variabel penelitian. Tingkat reliabilitas yang memadai ini menandakan bahwa instrumen layak digunakan dan dapat mendukung keakuratan hasil analisis data pada tahap penelitian selanjutnya.

b. Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah data pada variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov sebagai salah satu teknik untuk menilai sebaran data. Asumsi normalitas merupakan hal yang penting dalam analisis regresi, karena beberapa prosedur statistik, seperti pengujian hipotesis dan estimasi parameter, mensyaratkan data memiliki distribusi normal. Oleh karena itu, pengujian normalitas dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov

memberikan informasi yang diperlukan untuk memastikan bahwa data penelitian memenuhi asumsi normalitas, dengan demikian, analisis regresi yang dilakukan dapat diandalkan dan interpretasinya menjadi valid. Tabel berikut menyajikan hasil uji normalitas yang dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov:

Tabel 10
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardi zed Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.52099523
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.067
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.119 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Berdasarkan hasil uji normalitas yang disajikan pada tabel, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,119, yaitu lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian mengikuti distribusi normal, sehingga asumsi normalitas dalam analisis regresi telah terpenuhi.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menilai apakah terdapat hubungan yang terlalu kuat antarvariabel independen dalam suatu model regresi. Sebuah model regresi yang baik seharusnya bebas dari masalah multikolinearitas. Pengujian ini dilakukan dengan mengevaluasi nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan tolerance. Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas.

Tabel 11
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.178	1.772		2.923	.004		
x1	-.332	.073	-.324	-4.543	.000	.442	2.263
TX2	.608	.066	.715	9.185	.000	.372	2.692
TX3	.294	.039	.482	7.452	.000	.538	1.859

a. Dependent Variable: TY

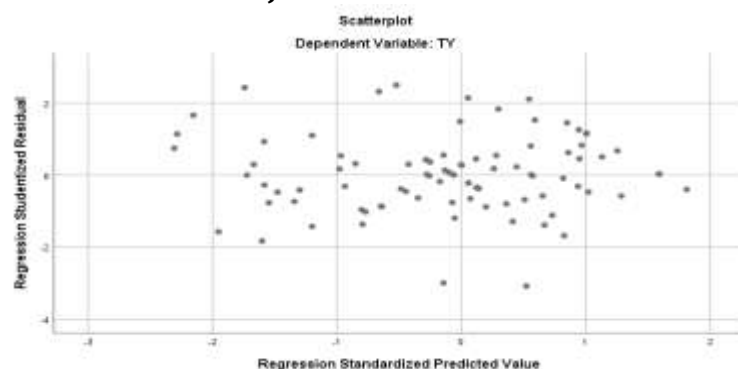
Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang disajikan pada tabel tersebut, diperoleh nilai tolerance pada masing-masing variabel independen, yaitu variabel X1 sebesar 0,442 ($> 0,10$), variabel X2 sebesar 0,372 ($> 0,10$), dan variabel X3 sebesar 0,532 ($> 0,10$). Selain itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan bahwa VIF untuk variabel X1 sebesar 2,263 ($< 10,00$), variabel X2 sebesar 2,692 ($< 10,00$), dan variabel X3 sebesar 1,859 ($< 10,00$). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan atau ketidakkonsistenan varians residual pada seluruh pengamatan dalam model regresi. Ketidaksamaan varians residual tersebut dapat mengindikasikan terjadinya heteroskedastisitas yang berpotensi memengaruhi keakuratan dan efisiensi hasil estimasi model. Oleh karena itu, pengujian heteroskedastisitas perlu dilakukan agar hasil analisis regresi yang diperoleh tetap valid dan dapat diandalkan.

Gambar 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode scatterplot, terlihat bahwa titik-titik data tersebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y (residual) tanpa membentuk pola tertentu, baik berupa gelombang, melebar, maupun menyempit. Pola sebaran ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan telah memenuhi asumsi klasik, sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

d. Hasil Uji Hipotesis

1) Uji t (parsial)

Untuk menilai apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara parsial, digunakan uji parsial atau uji t. Dalam pengujian ini, apabila nilai t hitung lebih besar daripada t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$), maka variabel independen dianggap berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($t_{hitung} < t_{tabel}$), variabel independen tersebut tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan untuk menentukan nilai t tabel adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t &= (\alpha / 2 : n - k - 1) \\ &= 0,05 / 2 : 100 - 3 - 1 \\ &= 0,025 : 96 \\ &= t_{0,025} (df = 96) \\ &= 1,985 \end{aligned}$$

Tabel 12
Hasil Uji t (Parsial)

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	5.178	1.772		2.923	.004
Kesadaran Halal	-.332	.073	-.324	-4.543	.000
Persepsi Kemudahan	.608	.066	.715	9.185	.000
Teman Sebaya	.294	.039	.482	7.452	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.13, dapat diperoleh nilai dari Uji t (parsial).

a) Nilai uji t variabel kesadaran halal (X1)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel Coefficients 4.13, nilai signifikansi untuk variabel kesadaran halal adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran halal (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech syariah (Y). Selain itu, hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar -4,543, yang

secara absolut lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap keputusan generasi Z di Kota Mataram dalam menggunakan fintech syariah.

Berdasarkan tabulasi data per indikator, indikator pertama memperoleh skor 840, indikator kedua 821, indikator ketiga 841, dan indikator keempat 831. Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator ketiga memiliki nilai paling tinggi dibandingkan indikator lainnya. Dengan demikian, hipotesis nol ditolak, dan hipotesis pertama (H_{a1}) yang menyatakan adanya pengaruh negatif signifikan antara kesadaran halal terhadap keputusan menggunakan fintech syariah pada generasi Z Kota Mataram dapat diterima.

b) Nilai uji t variabel persepsi kemudahan (X_2)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel Coefficients 4.13, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) variabel persepsi kemudahan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech syariah (Y). Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 9,185, lebih tinggi daripada t tabel sebesar 1,985. Hal ini menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi Z di Kota Mataram dalam menggunakan fintech syariah.

Berdasarkan hasil tabulasi data per indikator, indikator pertama memperoleh skor 811, indikator kedua 822, indikator ketiga 834, indikator keempat 816, dan indikator kelima 824. Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator ketiga memiliki nilai paling tinggi dibandingkan indikator lainnya. Dengan demikian, hipotesis nol ditolak, dan hipotesis kedua (H_{a2}), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech syariah pada generasi Z di Kota Mataram, dapat diterima..

c) Nilai uji t variabel teman sebaya (X_3)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel Coefficients 4.13, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) variabel teman sebaya sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa teman sebaya (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech syariah (Y). Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 7,452 yang lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi Z di Kota Mataram dalam menggunakan fintech syariah.

Berdasarkan hasil tabulasi data per indikator pada variabel teman sebaya, indikator pertama memperoleh skor tertinggi yaitu sebesar 792, diikuti indikator kedua sebesar 734, indikator ketiga 789, indikator keempat 749,

indikator kelima 736, dan indikator keenam 790. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator pertama merupakan aspek yang paling dominan dalam memengaruhi responden. Dengan demikian, hipotesis nol ditolak, dan hipotesis ketiga (Ha3), yang menyatakan bahwa variabel teman sebaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech syariah pada generasi Z di Kota Mataram, dapat diterima.

2) Uji f (simultan)

Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel independen secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F adalah sebagai berikut: apabila nilai signifikansi < 0,05 atau F hitung > F tabel (pada tingkat kesalahan 5% atau $\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai F tabel adalah sebagai berikut:

$$F_{tabel} = F(k; n - k) = F(3; 100 - 3) = F(3; 97) = 2,70$$

Tabel 13

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2283.404	3	761.135	116.132	.000 ^b
Residual	629.186	96	6.554		
Total	2912.590	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Teman Sebaya, Kesadaran Halal, Persepsi Kemudahan

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum pada Tabel 4.14, nilai F hitung sebesar 116,132, lebih besar daripada F tabel yang sebesar 2,70. Berdasarkan temuan ini, hipotesis keempat (Ha4) dapat diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal (X1), persepsi kemudahan (X2), dan teman sebaya (X3) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech syariah (Y).

e. Analisa Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda diterapkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini, variabel independen yang digunakan meliputi kesadaran halal (X1), persepsi kemudahan (X2), dan teman sebaya (X3), sedangkan variabel dependennya adalah keputusan menggunakan fintech syariah (Y). Dengan menggunakan metode analisis ini, peneliti dapat mengetahui sejauh mana masing-masing variabel independen memengaruhi

keputusan penggunaan fintech syariah, sekaligus melihat pengaruh ketiganya secara simultan. Oleh karena itu, analisis regresi linier berganda menjadi alat yang penting untuk memahami berbagai faktor yang memengaruhi keputusan generasi Z dalam memanfaatkan layanan fintech syariah.

Tabel 14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.178	1.772		2.923	.004
Kesadaran Halal	-.332	.073	-.324	-4.543	.000
Persepsi Kemudahan	.608	.066	.715	9.185	.000
Teman Sebaya	.294	.039	.482	7.452	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 25 yang disajikan pada Tabel 4.15, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,178 - 0,332X_1 + 0,608X_2 + 0,294X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut menggambarkan hubungan antara variabel independen, yaitu kesadaran halal (X_1), persepsi kemudahan (X_2), dan teman sebaya (X_3), terhadap variabel dependen keputusan dalam menggunakan fintech syariah (Y).

- 1) Nilai konstanta sebesar 5,178 menunjukkan bahwa ketika seluruh variabel independen diasumsikan bernilai nol, maka keputusan menggunakan fintech syariah berada pada nilai 5,178. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun tanpa pengaruh kesadaran halal, persepsi kemudahan, dan teman sebaya, keputusan penggunaan fintech syariah tetap memiliki tingkat dasar tertentu.
- 2) Nilai Koefisien regresi pada variabel kesadaran halal (X_1) sebesar -0,332 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Koefisien bernilai negatif tersebut menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh signifikan namun memiliki arah hubungan yang berlawanan terhadap keputusan menggunakan fintech syariah. Dengan kata lain, setiap kenaikan satu satuan pada tingkat kesadaran halal cenderung diikuti oleh penurunan sebesar 0,332 terhadap keputusan penggunaan fintech syariah, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan.

Temuan ini menunjukkan bahwa kesadaran halal tidak selalu menjadi faktor utama yang mendorong individu dalam mengambil keputusan untuk

menggunakan fintech syariah. Hal tersebut dimungkinkan karena responden cenderung lebih mempertimbangkan faktor lain, seperti kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur aplikasi, maupun pengaruh lingkungan sosial dibandingkan dengan aspek kehalalan. Selain itu, responden kemungkinan telah berasumsi bahwa layanan fintech syariah secara otomatis telah memenuhi prinsip-prinsip halal, sehingga tingkat kesadaran halal tidak lagi menjadi pertimbangan dominan dalam keputusan penggunaan.

- 3) Variabel persepsi kemudahan (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,608 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan kata lain, setiap kenaikan satu satuan pada tingkat persepsi kemudahan cenderung diikuti oleh kenaikan sebesar 0,608 terhadap keputusan penggunaan fintech syariah, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan fintech syariah. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan oleh generasi Z, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memanfaatkan layanan fintech syariah.
- 4) Variabel teman sebaya (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,294 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan fintech syariah. Dengan kata lain, setiap kenaikan satu satuan pada tingkat teman sebaya cenderung diikuti oleh kenaikan sebesar 0,294 terhadap keputusan penggunaan fintech syariah, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin besar pengaruh lingkungan pertemanan, maka semakin tinggi pula kecenderungan generasi Z untuk menggunakan layanan fintech syariah.

f. Hasil Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, pengujian R^2 dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25, yang hasilnya dapat dilihat pada output Model Summary. Nilai R^2 yang diperoleh menunjukkan besarnya kontribusi simultan dari variabel bebas, yaitu kesadaran halal, persepsi kemudahan, dan teman sebaya, terhadap variabel terikat, yakni keputusan penggunaan fintech syariah.

Semakin besar nilai R^2 , maka semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel terikat. Hal ini berarti bahwa persentase pengaruh kesadaran halal, persepsi kemudahan, dan teman sebaya terhadap keputusan menggunakan fintech syariah juga semakin tinggi. Sebaliknya, apabila nilai R^2 kecil, maka masih terdapat faktor lain di luar model penelitian yang turut memengaruhi keputusan generasi Z dalam menggunakan

fintech syariah. Oleh karena itu, uji R^2 menjadi penting untuk mengetahui tingkat efektivitas model regresi dalam menjelaskan perilaku keputusan penggunaan fintech syariah pada Generasi Z.

Tabel 15
Hasil Uji Koefisien Determenasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.885 ^a	.784	.777	2.56008

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Teman Sebaya, Kesadaran Halal

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel *Model Summary* 4.16, diperoleh nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,784 atau setara dengan 78,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal (X_1), persepsi kemudahan (X_2), dan teman sebaya (X_3) secara simultan mampu menjelaskan variasi pada variabel keputusan menggunakan fintech syariah (Y) sebesar 78,4%. Sementara itu, sebesar 21,6% variasi keputusan penggunaan fintech syariah dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

2. Hasil dan Pembahasan

- a. Pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan menggunakan fintech syariah pada generasi Z Kota Mataram

Berdasarkan hasil uji parsial, nilai t hitung sebesar 5,462 dengan tingkat signifikansi 0,000, yaitu lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech syariah. Namun, nilai koefisien regresi sebesar $-0,332$ mengindikasikan bahwa pengaruh tersebut bersifat negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran halal responden, justru cenderung diikuti oleh penurunan keputusan dalam menggunakan layanan fintech syariah. Temuan ini menunjukkan adanya perbedaan antara asumsi teoritis dan kondisi empiris yang terjadi di lapangan.

Secara konseptual, kesadaran halal menggambarkan tingkat pemahaman serta keyakinan individu mengenai pentingnya memilih produk atau layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen, sikap terhadap suatu perilaku terbentuk dari keyakinan dan nilai yang dianut oleh individu tersebut. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kesadaran halal seseorang, seharusnya semakin besar pula dorongan untuk menggunakan layanan keuangan berbasis syariah. Namun demikian, temuan dalam penelitian ini justru menunjukkan hasil yang berlawanan, yang



mengindikasikan bahwa terdapat faktor lain di luar aspek religiusitas yang lebih dominan dalam memengaruhi keputusan responden.

Temuan ini dapat dipahami dengan melihat karakteristik generasi Z yang cenderung bersikap pragmatis serta lebih mengutamakan aspek kemudahan penggunaan, desain aplikasi, dan kecepatan layanan. Meskipun tingkat kesadaran halal responden tergolong baik, faktor tersebut belum sepenuhnya menjadi pertimbangan utama dalam memilih layanan keuangan digital. Individu yang memiliki kesadaran halal tinggi justru cenderung bersikap lebih kritis dalam menilai sejauh mana fintech syariah benar-benar menerapkan prinsip-prinsip syariah. Apabila persepsi terhadap kualitas, kejelasan, dan transparansi layanan belum optimal, maka tingginya kesadaran halal dapat berimplikasi pada menurunnya minat untuk menggunakan layanan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan perbedaan dengan temuan Hendryadi pada tahun 2024 yang menyatakan bahwa kesadaran halal berpengaruh positif terhadap keputusan konsumsi produk halal pada generasi Z.¹⁶ Demikian pula, penelitian yang dilakukan oleh Sefni Novita Sari dan Dessi Susanti pada tahun 2025 menyimpulkan bahwa kesadaran halal serta religiusitas memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk halal.¹⁷ Perbedaan temuan tersebut disebabkan oleh perbedaan konteks penelitian, di mana studi sebelumnya lebih menitikberatkan pada produk fisik, sedangkan penelitian ini berfokus pada layanan berbasis digital. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal tetap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech syariah, namun arah pengaruh yang negatif mengindikasikan adanya kesenjangan antara nilai religiusitas individu dan persepsi terhadap penerapan prinsip syariah dalam teknologi keuangan.

- b. Pengaruh persepsi kemudah terhadap keputusan menggunakan fintech syariah pada generasi Z Kota Mataram

Berdasarkan hasil uji parsial, nilai t hitung sebesar 13,062 dengan tingkat signifikansi 0,000, yaitu lebih kecil dari 0,05, serta koefisien regresi positif sebesar 0,608. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech syariah. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan aplikasi fintech syariah, semakin besar pula kecenderungan generasi Z untuk memilih dan memanfaatkan layanan tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan merupakan salah satu faktor penting dalam proses pengambilan keputusan pengguna..

Secara teoritis, hasil tersebut sejalan dengan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikemukakan oleh Davis, yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan merupakan salah satu determinan utama dalam penerimaan teknologi.

¹⁶ Hendryadi, "Halal Awareness..."

¹⁷ Sari dan Susanti, "Halal Knowledge..."



Individu akan lebih cenderung menggunakan teknologi apabila merasa sistem tersebut mudah dipahami, dioperasikan, dan tidak memerlukan usaha besar. Dalam konteks fintech syariah, kemudahan dalam mengakses informasi, kecepatan transaksi, serta antarmuka yang intuitif menjadi aspek yang sangat memengaruhi keputusan generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah saja belum cukup, jika tidak diimbangi dengan pengalaman pengguna yang praktis dan efisien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari, Fiorintari, dan Ardhi pada tahun 2023 yang menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap niat penggunaan fintech payment di kalangan generasi Z di Kota Pontianak.¹⁸ Begitu pula dengan penelitian Zaroni, Norvadewi, dan Septiani pada tahun 2023 yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan fintech syariah.¹⁹ Kedua hasil tersebut menguatkan bahwa generasi muda menempatkan kemudahan sebagai faktor dominan dalam adopsi teknologi keuangan digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan menjadi salah satu variabel paling kuat yang mendorong keputusan generasi Z untuk menggunakan fintech syariah di Kota Mataram.

c. Pengaruh teman sebaya terhadap keputusan menggunakan fintech syariah pada generasi Z Kota Mataram

Berdasarkan hasil uji parsial, diperoleh nilai *t* hitung sebesar 11,930 dengan tingkat signifikansi 0,000 serta koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,294. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel teman sebaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi Z di Kota Mataram dalam menggunakan fintech syariah. Dengan kata lain, semakin besar pengaruh teman sebaya yang telah menggunakan atau merekomendasikan layanan fintech syariah, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk turut menggunakannya. Hal ini menegaskan bahwa faktor sosial memegang peranan penting dalam membentuk perilaku keuangan generasi muda.

Temuan ini sejalan dengan *Social Influence Theory* yang dikemukakan oleh Kelman, yang menyatakan bahwa perilaku individu dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial melalui tiga mekanisme utama, yaitu *compliance*, *identification*, dan *internalization*. Generasi Z cenderung menyesuaikan perilakunya dengan kelompok teman sebaya guna memperoleh penerimaan sosial serta merasa menjadi bagian dari suatu komunitas. Dalam konteks penggunaan fintech syariah, rekomendasi dari teman, pengalaman positif yang dibagikan, serta tren digital yang berkembang di lingkungan sosial dapat memperkuat minat dan keyakinan individu untuk menggunakan layanan keuangan berbasis syariah.

¹⁸ Sari, Fiorintari, dan Ardhi, "Persepsi Generasi-Z..."

¹⁹ Akhmad Nur Zaroni, Norvadewi, "Determinant of Intention..."



Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Andrew Christian Aseng pada tahun 2020 yang menyatakan bahwa pengaruh sosial memiliki hubungan positif terhadap niat generasi Z dalam menggunakan layanan pembayaran digital berbasis fintech.²⁰ Selain itu, penelitian Hakim dan Supriyanto pada tahun 2022 juga menunjukkan bahwa norma subjektif serta lingkungan sosial berpengaruh terhadap niat individu dalam menggunakan fintech syariah.²¹ Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran teman sebaya merupakan faktor yang penting dalam mendorong keputusan generasi Z untuk menggunakan fintech syariah, karena interaksi sosial dan rasa kebersamaan mampu menumbuhkan kepercayaan serta minat terhadap layanan keuangan yang berlandaskan nilai-nilai syariah.

- d. Pengaruh kesadaran halal, persepsi kemudahan, dan teman sebaya terhadap keputusan menggunakan fintech syariah pada generasi Z Kota Mataram

Berdasarkan hasil uji simultan, nilai F hitung sebesar 116,132 dengan tingkat signifikansi 0,000, yaitu lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal, persepsi kemudahan, dan teman sebaya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan generasi Z di Kota Mataram dalam menggunakan fintech syariah. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,784 menunjukkan bahwa 78,4% variasi keputusan penggunaan fintech syariah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, sedangkan sisanya sebesar 21,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang berada di luar model penelitian.

Secara teoritis, temuan ini selaras dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam penelitian ini, kesadaran halal merepresentasikan sikap dan nilai individu terhadap prinsip syariah, persepsi kemudahan mencerminkan kontrol perilaku dalam penggunaan teknologi, sedangkan teman sebaya menggambarkan norma subjektif melalui pengaruh sosial. Ketiga aspek tersebut secara simultan berperan dalam membentuk keputusan generasi Z untuk menggunakan layanan fintech syariah.

Hasil penelitian ini mendukung temuan Zaroni, Norvadewi, dan Septiani pada tahun 2023 yang menyatakan bahwa faktor kognitif dan sosial secara bersama-sama memiliki pengaruh kuat terhadap niat menggunakan fintech syariah. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Hakim dan Supriyanto pada tahun 2022 yang menunjukkan bahwa norma subjektif dan persepsi kemudahan berpengaruh simultan terhadap perilaku penggunaan fintech syariah. Dengan demikian, pengaruh ketiga variabel dalam penelitian ini mencerminkan perpaduan antara nilai religius, kemudahan teknologi, dan pengaruh sosial yang menjadi

²⁰ Aseng, "Factors Influencing..."

²¹ Hakim dan Supriyanto, "Sharia fintech..."



dasar pengambilan keputusan generasi Z dalam mengadopsi fintech syariah di Kota Mataram.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kesadaran halal, persepsi kemudahan, dan pengaruh teman sebaya memengaruhi keputusan generasi Z di Kota Mataram dalam menggunakan layanan fintech syariah. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui regresi linier berganda, beberapa kesimpulan dapat ditarik sebagai berikut:

1. Variabel kesadaran halal (X1) terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan fintech syariah pada generasi Z di Kota Mataram. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 5,462 dengan tingkat signifikansi 0,000 serta koefisien regresi negatif sebesar -0,332. Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran halal justru diikuti oleh penurunan kecenderungan penggunaan fintech syariah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kesadaran halal belum menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan, karena responden lebih memprioritaskan aspek lain seperti kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan pengaruh lingkungan sosial. Selain itu, responden cenderung menganggap fintech syariah telah secara otomatis memenuhi prinsip halal, sehingga kesadaran halal tidak lagi menjadi pertimbangan dominan dalam keputusan penggunaan.
2. Variabel persepsi kemudahan (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan fintech syariah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 13,062 dengan tingkat signifikansi 0,000 serta koefisien regresi positif sebesar 0,608. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan aplikasi fintech syariah, maka semakin besar pula kecenderungan generasi Z untuk memanfaatkannya. Kemudahan dalam mengakses informasi, tampilan antarmuka yang sederhana, serta proses transaksi yang cepat menjadi faktor utama yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan penggunaan fintech syariah.
3. Variabel teman sebaya (X3) juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan fintech syariah. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung sebesar 11,930 dengan tingkat signifikansi 0,000 serta koefisien regresi positif sebesar 0,294. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin kuat pengaruh lingkungan pertemanan, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu dalam memutuskan untuk menggunakan fintech syariah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa generasi Z cenderung dipengaruhi oleh interaksi sosial, rekomendasi dari teman sebaya, serta tren digital yang berkembang di lingkungan sekitarnya.
4. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal, persepsi kemudahan, dan teman sebaya secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech syariah, dengan F hitung sebesar 116,132 dan tingkat signifikansi 0,000. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2)



sebesar 0,784 mengungkapkan bahwa 78,4% variasi keputusan penggunaan fintech syariah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 21,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti kepercayaan, promosi, dan manfaat yang dirasakan.

Daftar Pustaka

Buku/Jurnal

- Ajzen, Icek. "The theory of planned behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Akhmad Nur Zaroni, Norvadewi, Septiani. "Determinant of Intention to Use Sharia Fintech Among Generation Z." *FICCOMSS 1* (2023): 66–78.
- Ali, Muhamad, Dede Miftahul, Tri Cahyanto, dan Neneng Windayani. "Pengembangan Indikator Literasi Halal : Dari Teori Ke Ruang Kelas Pembelajaran IPA." *Indonesian Journal of Halal* 7, no. 1 (2024): 45–54.
- Aseng, Andrew Christian. "Factors Influencing Generation Z Intention in Using FinTech Digital Payment Services." *Cogito Smart Journal* 6, no. 2 (2020): 155–66.
- Ata Amrullah, Asyari Hasan. "Fintech Keuangan Syariah dalam Perspektif Konsep Syariah Ata Amrullah Asyari Hasan Iqtishadia : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Iqtishadia : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol . 08 No . 02 Desember 2021." *Iqrishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 08, no. 02 (2021).
- Aziz, Fathul Aminudin. "Menakar Kesyariahan Fintech Syariah di Indonesia." *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islalm* 14, no. 1 (2020): 1–18.
- Aziz, Yuhanis Abdul, dan Nyen Vui Chok. "The role of Halal awareness, Halal certification, and marketing components in determining Halal purchase intention among non-Muslims in Malaysia: A structural equation modeling approach." *Journal of International Food & Agribusiness Marketing* 25, no. 1 (2013): 1–23.
- Badan Pusat Statistik (BPS). "Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur," 2024. <https://mataramkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjklzI=/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur.html>.
- Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly* 13, no. 3 (12 November 1989): 319–40. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Djunaidi, Much, Cut Baby, Ayu Oktavia, Ratnanto Fitriadi, dan Eko Setiawan. "Perception and Consumer Behavior of Halal Product Toward Purchase Decision in Indonesia." *Jurnal Teknik Industri* 22, no. 2 (2021): 171–84.
- Hakim, M Arif, dan Agus Supriyanto. "Sharia fintech and Gen Z: The mediating role of perceived usefulness." *Share: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 13, no. 1 (2024): 322–46.
- Hendryadi. "Halal Awareness : Insights into Gen Z ' s Perceptions in Indonesia." *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajaemen dan Bisnis Islam* 6 (2024): 27–36.
- Kahar Muzakkar, Nurizal Ismail, Solahudin Al-Ayyubi. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Fintech Peer to peer (P2P)Lending Syariah: Studi Kasus Masyarakat di Jabodetabek." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6 (2024): 5470–81. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.2212>.



- Kelman, Herbert C. "Compliance, identification, and internalization three processes of attitude change." *Journal of Conflict Resolution* 2, no. 1 (1958): 51–60. <https://doi.org/10.1177/002200275800200106>.
- Kotler, P, dan K L Keller. *Framework for Marketing Management, A, Global Edition: European Edition*. Pearson Education, 2015. <https://books.google.co.id/books?id=Ma0hCgAAQBAJ>.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. "A framework for marketing management (6/E)." *Baski, Essex: Pearson Education Limited*, 2016.
- Mardiyaniti, Nur Fitri. *Pengaruh Kesadaran Halal dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sate Ayam Bapak Hariponorogo*. Skripsi In., 2019.
- Muhidin, Sambas Ali. "Analisis korelasi regresi dan jalur dalam penelitian," 2011.
- Muzakkir, Muzakkir, Nur Azisah Syam, dan Syafira Fatwa. "Integrasi Layanan Fintech Dalam Platform E-Commerce: Studi Kasus Penggunaan Paylater Pada Generasi Z." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 10, no. 1 (2025): 49–57.
- Nangin, Meryl Astin, Irma Rasita, Gloria Barus, dan Soegeng Wahyoedi. "The Effects of Perceived Ease of Use , Security , and Promotion on Trust and Its Implications on Fintech Adoption" 05, no. 02 (2020): 124–38.
- Novi Rachmawati, Ita Nuryana. "Economic Education Analysis Journal" 9, no. 1 (2020): 166–81. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37246>.
- Pavlou, Paul A, dan Mendel Fyngenson. "Understanding And Predicting Electronic Commerce Adoption: A New Extension Of." *MIS Quarterly* 30, no. 1 (2006).
- Purwanto, Hadi, Delfi Yandri, dan Maulana Prawira Yoga. "Perkembangan dan dampak financial technology (fintech) terhadap perilaku manajemen keuangan di masyarakat." *Kompleksitas: Jurnal Managemenn, Organisasi dan Bisnis* 11 (2022).
- Raufu, Abdul, dan Ahmad Naqiyuddin. "People ' s Awareness on Halal Foods and Products : Potential Issues for Policy-Makers." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 121, no. September 2012 (2014): 3–25. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>.
- Rumangkit, Stefanus, dan Abdullah Billman. "The Effect of Performance Expectancy , Facilitating Condition , Effort Expectancy , and Perceived Easy to Use on Intention to using Media Support Learning Based On Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)." *ICOBAR* 02004 (2023).
- Santrock, J W. *Adolescence*. 7, illustr ed. Brown and Benchmark Series. McGraw-Hill, 1998. <https://books.google.co.id/books?id=KZIEAQAAIAAJ>.
- Santrock, John W. *Adolescence: an introduction*. Wm C Brown Publishers, 1987.
- Sari, Sefni Novita, dan Dessi Susanti. "Halal Knowledge , Religiosity , and Halal Awareness : Determinants of Generation Z Consumers Purchase Decision" 10 (2025): 317–42.
- Sari, Wida Arindya, Fiorintari Fiorintari, dan Qisthi Ardhi. "Persepsi Generasi-Z Dalam Penggunaan Fintech Payment." *Eksos* 19, no. 1 (2023): 17–26. <https://doi.org/10.31573/eksos.v19i1.509>.
- Schiffman, L.G dan Leslie Lazar Kanuk. *Consumer Behavior*. Diedit oleh Leslie Lazar Kanuk Leon G. Schiffman. 9, illustr ed. Pearson Prentice Hall, 2007.
- Schueffel, Patrick. "Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech." *Journal of Innovation Management* 4 (2016): 32–54.
- Setyanti, Axellina Muara, M Afif Khoiruddin, dan Firdaus Finuliyah. "Rethinking Financial Inclusion in the Digital Age : Determinants of Fintech Adoption in Indonesian



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 5, NO. 01, September 2026

<https://jurnal.iainpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v5i1.3484

- Households." *Neo Journal of Economy and Social Humanities (NEJESH)* 4, no. 2 (2025): 209–24.
- Siregar, Syofian. "Statistik parametrik untuk penelitian kuantitatif." *Jakarta: Bumi Aksara* 537 (2014).
- Sugiarto, Dergibson Siagian. "Metode statistika untuk bisnis dan ekonomi," 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Diedit oleh MT Dr. Ir. Sutopo, S.pd. Cetakan Ke. ALFABETA, cv I Hotline: 081.1213.9484 TT. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung Telp., 2023.
- Sugiyono, Suriasumantri. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment." New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra, 2017.
- Sutopo, Eng Yeri, dan Achmad Slamet. *Statistik inferensial*. Penerbit Andi, 2017.
- Venkatesh Viswanath, Fred D. Davis. "A Theoretical Extension Of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies." *Management Science*, 2000, 186–204.

Wawancara

Marsha Dwi Cahyaningwati, Mataram: 13 November 2025

M. Wawan Rizki Ramdani, Mataram: 13 November 2025