

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, KONTROL
PERILAKU YANG DIRASAKAN, RELIGIOSITAS DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN
LAYANAN LINKAJA SYARIAH GENERASI Z**

SKRIPSI



Nama : Andika Pradana

NIM 43118110228

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, KONTROL
PERILAKU YANG DIRASAKAN, RELIGIOSITAS DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN
LAYANAN LINKAJA SYARIAH GENERASI Z**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Andika Pradana

NIM 43118110228

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andika Pradana

NIM : 43118110228

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan proposal skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Agustus 2022



Andika Pradana

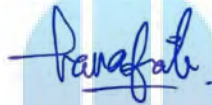
43118110228

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Andika Pradana
NIM : 43118110228
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU
YANG DIRASAKAN, RELIGIOSITAS DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN LAYANAN LINKAJA
SYARIAH GENERASI Z
Tanggal Sidang : 26/10/2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Ali Hanafiah, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 11221785



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Salah satu perkembangan teknologi informasi ialah perubahan pada alat pembayaran. Transaksi ekonomi dan keuangan digital terus tumbuh tinggi sejalan dengan penggunaan platform *e-commerce* dan instrumen digital. Perubahan sosial masyarakat terhadap penggunaan uang dari tunai dan perlahan beralih ke uang elektronik atau biasa disebut *e-money* tak lepas dari peran pengembang dompet digital, dompet digital yang berada di Indonesia salah satunya LinkAja, di tengah pertempuran besar memperebutkan pasar, LinkAja melahirkan layanan syariah LinkAja. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh religiositas dan kepercayaan terhadap niat menggunakan Layanan LinkAja Syariah dengan pendekatan *Theory of Planned Behaviour*. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 217 generasi Z di Indonesia yang menggunakan dompet digital dengan pengolahan data menggunakan program *Partial Least Square* (Smart-PLS) versi 3.2.9 PLS. Hasil penelitian menunjukkan jika variabel sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan Layanan LinkAja Syariah sedangkan religiositas tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan Layanan LinkAja Syariah.

Kata Kunci: *Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang Dirasakan, Religiositas, Kepercayaan, Niat Menggunakan*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

One of the developments in information technology is changes in the means of payment. Digital economic and financial transactions continue to grow high in line with the use of e-commerce platforms and digital instruments. The social change of society towards the use of cash from cash and slowly switching to electronic money or commonly called e-money cannot be separated from the role of digital wallet developers, digital wallets in Indonesia are one of them LinkAja, in the midst of a big battle for the market, LinkAja gave birth to the sharia service LinkAja. The study was conducted to determine the effect of religiosity and trust on the intention to use the LinkAja Syariah Service with the Theory of Planned Behavior approach. The number of samples taken in this study were 217 generation Z in Indonesia whose digital wallets with data processing using the Partial Least Square (Smart-PLS) version 3.2.9 PLS program. The results showed that the variables of attitude, subjective norms, perceived behavioral control and trust had an influence on the intention to use the LinkAja Syariah Service, while religiosity had no effect on the intention to use the LinkAja Syariah Service.

Keywords: *Attitude, Subjective Norm, Perception of Behavioral Control, Religiosity, Belief, Intention to Use*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkah dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul ***“PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN, RELIGIOSITAS DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN LAYANAN LINKAJA SYARIAH GENERASI Z”***. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini tidak lepas dari bimbingan Ali Hanafiah, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing tugas akhir yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Mama dan Papa, yang sangat penulis cintai yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi inspirasi dan do'a yang tiada hentinya selalu

kepada penulis, adik-adik dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.

6. Untuk Teman-teman Mercu Buana Jurusan Ekonomi dan Bisnis angkatan 2018 terima kasih banyak untuk semangat dan dukungannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam tugas akhir ini. Terima kasih.


UNIVERSITAS Jakarta, 30 Agustus 2022
MERCU BUANA

Andika Pradana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	13
1. Manajemen Pemasaran	13
a. Strategi Pemasaran	14
b. Bauran Pemasaran	15

c. Perilaku Konsumen	18
2. Generasi Z.....	19
3. Niat Menggunakan.....	20
a. Pengertian Niat Menggunakan.....	20
b. Indikator Niat Menggunakan	21
4. <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB).....	22
5. Sikap	23
a. Pengertian Sikap.....	25
b. Fungsi Sikap.....	24
c. Tingkatan Sikap	26
d. Indikator Sikap.....	27
6. Norma Subjektif.....	27
a. Pengertian Norma Subjektif.....	27
b. Indikator Norma Subjektif.....	28
7. Kontrol Perilaku Yang Dirasakan.....	29
a. Pengertian Kontrol Perilaku Yang Dirasakan.....	29
b. Indikator Kontrol Perilaku Yang Dirasakan	28
8. Religiositas.....	30
a. Pengertian Religiositas.....	30
b. Indikator Religiositas	31
9. Kepercayaan.....	31
c. Pengertian Kepercayaan.....	31
d. Indikator Kepercayaan	32

B. Penelitian Terdahulu	32
C. Hubungan Antar Variabel	35
D. Kerangka Konseptual	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
1. Waktu Penelitian	39
2. Tempat Penelitian	39
B. Desain Penelitian	39
C. Definisi dan Operasional Variabel	40
1. Definisi Variabel	40
2. Operasional Variabel	42
D. Skala Pengukuran	44
E. Populasi dan Sampel Penelitian	45
1. Populasi Penelitian	45
2. Sampel	46
F. Metode Pengumpulan Data	46
G. Metode Analisis Data	47
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model	48
a. <i>Convergent Validity</i>	48
b. <i>Discriminant Validity</i>	49
c. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha's</i>	49
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis	50
a. Uji Multikolinearitas (<i>Variance Inflation Factor</i>)	50

b. Hasil Pengujian Hipotesis	51
c. Nilai R-Square.....	51
d. f^2 Effect Size.....	52
e. Prediction Relevance (<i>Q Square</i>)	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
B. Karakteristik Responden.....	54
C. Hasil Deskriptif Variabel	56
1. Deskriptif Variabel Niat Menggunakan (Y)	56
2. Deskriptif Variabel Sikap (X1).....	57
3. Deskriptif Variabel Norma Subjektif (X2)	58
4. Deskriptif Variabel Kontrol Perilaku Yang Dirasakan (X3)	59
5. Deskriptif Variabel Religiositas (X4)	60
6. Deskriptif Variabel Kepercayaan (X5)	61
D. Metode Analisa Data.....	53
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model	62
a. <i>Convergent Validity</i>	62
b. <i>Discriminant Validity</i>	64
c. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha's</i>	68
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis	69
a. Uji Multikolinearitas (<i>Variance Inflation Factor</i>).....	69
b. Hasil Pengujian Hipotesis	70
c. Nilai R-Square.....	72

d. <i>f</i> ² <i>Effect Size</i>	73
e. <i>Prediction Relevance (Q Square)</i>	75
E. Pembahasan Hasil Penelitian	76
1. Pengaruh Sikap terhadap Niat Menggunakan.....	76
2. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat Menggunakan	76
3. Pengaruh Kontrol Perilaku Yang Dirasakan terhadap Niat Menggunakan.....	77
4. Pengaruh Religiositas terhadap Niat Menggunakan	77
5. Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	89



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Uang Elektronik Beredar	2
1.2	Peringkat Dompot Digital Terbesar di Indonesia Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan	3
1.3	Hasil Pra-Survei	8
2.1	Tabel Pembagian Generasi X, Y dan Z.....	19
2.2	Penelitian Terdahulu	32
3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel	42
3.2	Instrumen Skala Likert.....	45
3.3	Rule of Thumb Validitas Outer Model Reflektif.....	49
3.4	Rule of Thumb Realibilitas Outer Model Reflektif	50
3.5	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	52
4.1	Statistik Deskripsi Sampel	55
4.2	Hasil Deskriptif Variabel Niat Menggunakan.....	56
4.3	Hasil Deskriptif Variabel Sikap	57
4.4	Hasil Deskriptif Variabel Norma Subjektif.....	58
4.5	Hasil Deskriptif Variabel Kontrol Perilaku Yang Dirasakan.....	59
4.6	Hasil Deskriptif Variabel Religiositas	60
4.7	Hasil Deskriptif Variabel Kepercayaan	61
4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	63
4.9	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	65
4.10	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion)</i>	67

4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)).....	68
4.12	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha's</i>	69
4.13	Hasil Pengujian <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	70
4.14	Hasil Pengujian <i>Path Coefficients</i>	71
4.15	Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	72
4.16	Hasil Pengujian <i>f² Effect Size</i>	73
4.17	Hasil Pengujian <i>Prediction Relevance (Q²)</i>	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2. 1	Kerangka Konseptual.....	37
4. 1	Hasil Algoritma PLS.....	64
4. 2	Hasil Uji Bootstrapping.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1:	Pra Survei	89
Lampiran 2:	Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 3:	Hasil Kuesioner Responden	96
Lampiran 4:	Hasil Pengujian Data	128

