

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, E-Service Quality, dan Jaminan Rasa Aman Terhadap Minat Menggunakan Fintech Peer to Peer Lending Syariah Pada Generasi Milenial di Kota Bandar Lampung

Zathu Restie Utamie¹, Mia Selvina²

^{1, 2} UIN Raden Intan Lampung

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Article history: Submitted Oct 9, 2024 Accepted Nov 4, 2024 Published Nov 30, 2024	One of these is peer-to-peer (P2P) lending, often known as online lending, which connects lenders and borrowers to execute loan agreements over an electronic platform. The purpose of this study is to ascertain how interest in utilizing sharia peer-to-peer lending is influenced by e-service quality, sharia financial knowledge, and a sense of security. The quantitative research method is the approach taken in this study. Version 26 of SPSS (Statistical Products and Services Solutions) is the analysis tool utilized. The Islamic financial literacy variable has a significance of 0.006, according to the research's findings in the (t) test. This indicates that the significance threshold is below 0.05 ($0.006 < 0.05$) and that t is 2.791. The tcount for the e-service quality variable is 4.344.
Keywords: Financial Literacy, E-Service Quality Guaranteed Sense Of Security, Sharia Peer To Peer Lending.	

1. PENDAHULUAN

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) and Bank Indonesia (BI) have already demonstrated the use of financial technology in a work-related manner by creating bank monitoring regulations. One example is online lending, also known as peer-to-peer (P2P) lending, which is the provision of financial services to help people who are in a similar situation as the borrower to conduct a silent exchange of money using an electronic system and the internet (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 77/POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi). *Financial teknologi (fintech)* membantu dalam perluasan dan peningkatan perbankan melalui kerjasama dan kemitraan, serta menawarkan model bisnis dan solusi alternatif yang dapat membantu pemerintah dan lembaga keuangan lainnya dalam mengurangi biaya pembelian layanan keuangan yang terjangkau.¹

¹ I Putu Raditya Sudwika Utama and Anak Agung Gede Agung Indra Prathama, "Pengawasan Bank Indonesia Dan Otoritas Jasa Keuangan Terkait

Upaya industri fintech untuk menyediakan produk keuangan berbasis digital niscaya akan menciptakan peluang baru bagi masyarakat umum yang ingin bertransaksi. Berbeda dengan layanan pinjaman bank atau bisnis tradisional, beberapa perusahaan fintech menawarkan peer-to-peer lending (P2P Lending) atau produk pinjaman online yang dapat digunakan dengan sangat mudah dan tanpa biaya tersembunyi. Berkat kemudahan penggunaan dan keandalannya, fintech menjadi semakin populer di kalangan generasi milenial dan diprediksi akan terus berkembang.²

Per to peer lending merupakan fenomena populer di dunia keuangan modern. Fintech peer-to-peer lending merupakan salah satu inovasi keuangan yang memudahkan masyarakat umum untuk mengirim atau menerima uang hanya menggunakan aplikasi internet. Akan tetapi kenyataannya banyak kasus gagal bayar yang terjadi pada pengguna atau nasabah. Kasus tersebut kebanyakan terjadi pada pinjaman online ilegal yang menarik masyarakat karena prosesnya sangat cepat. Kasus gagal bayar ini bahkan sampai ke ranah hukum, bahkan sampai ada yang mengalami teror dari penagih utang yang terafiliasi dengan perusahaan pinjaman online.³

Peningkatan literasi keuangan dianggap salah satu faktor kunci dalam pertumbuhan perkembangan suatu perekonomian. Pengertian literasi dalam keuangan syariah adalah tingkat pemahaman seseorang terhadap pentingnya keuangan syariah, yang mempengaruhi kemampuannya dalam memanfaatkan pembiayaan syariah. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022, Indeks literasi keuangan syariah penduduk Indonesia meningkat dari 8,93% pada tahun 2019 menjadi 9,14% pada tahun 2022.⁴

Saat ini banyak beredar produk keuangan ilegal yang memudahkan transaksi dan memberikan keuntungan finansial, terutama melalui perdagangan online dan investasi syariah. Tidak sedikit masyarakat yang tergiur dengan p2p lending sebagai suatu solusi, karena selain cepat dan

Penerapan Financial Technology. *Journal of Yustitia*, 16.2 (2023), pp. 170–80, doi:10.62279/yustitia.v16i2.978.

²Menyikapi Pinjaman Online, Anugerah/Musibah, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jabar/baca-artikel/14040/Menyikapi-Pinjaman-Online-Anugerah-atau-Musibah>. diakses pada hari selasa, tanggal 12 Desember 2023.

³ Hendra Kusuma and Wiwiek Kusumaning Asmoro, "Perkembangan Financial Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam," *ISTITHMAR: Journal of Ekonomi Islam*, 4.2 (2021), pp. 141–63, doi:10.30762/itr.v4i2.3044.

⁴Perkembangan Studi Literasi Keuangan Syariah: Analisis Bibliometrik," oleh Azdina Nuraini, Hilda Monoarfa, dan Juliana, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 12.1 (2024), hlm. 5–18.

mudah, banyak sekali penawarannya menarik dibandingkan pinjaman bank atau pinjaman lainnya. Sampai dengan Oktober 2023, jumlah dari penyelenggara *fintech p2p lending* yang berizin OJK adalah sebanyak 101 perusahaan dan 7 diantaranya merupakan *p2p lending syariah*.⁵

Tabel 1. P2P Lending Syariah Terdaftar Di OJK

No	Perusahaan P2P Lending syariah
1.	PT. Ammana Fintech Syariah
2.	PT. Alami Fintek Sharia
3.	PT. Dana Syariah Indonesia
4.	PT. Duha Madani Syariah
5.	PT. Qazwa Mitra Hasanah
6.	PT. Piranti Alphabet Perkasa
7.	PT. Ethis Fintek Indonesia

Sumber: WWW.OJK.com

Berdasarkan table diatas, 7 perusahaan sudah terdaftar di OJK secara resmi dan aman untuk berinvestasi. Bagi yang beragama muslim ini bisa menjadi jalan pintas yang baik untuk berinvestasi dan tempat untuk meminjam uang secara online dibandingkan ke *peer to peer lending* konvensional dan pinjaman online ilegal.

A. *Technologi Acceotance Model (TAM)*

Adalah salah satu keterampilan terkait pekerjaan yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi. TAM dikembangkan pada tahun 1986 oleh Fred Davis dalam sebuah tesis. Model Penerimaan Teknologi untuk Pengujian Empiris Sistem Informasi Pengguna Akhir Baru" adalah judul disertasi tersebut. Pertama, TAM bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pengguna dapat menggunakan teknologi informasi baru, seperti sistem informasi manajemen atau perangkat lunak. TAM bertujuan untuk memberikan penjelasan yang jelas tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi informasi oleh para penggunanya dalam kaitannya dengan manfaat dari penggunaan teknologi informasi itu sendiri.⁶

⁵ “ Fintech Lending Berizin Penyelenggara di OJK per 9 Oktober 2023”,[https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial technology/Pages/Penyelenggara-Fintech-Lending-Berizin-di-OJK-per-9-Oktober-2023](https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/Pages/Penyelenggara-Fintech-Lending-Berizin-di-OJK-per-9-Oktober-2023). Diakses pada hari senin, tanggal 15 Januari 2024.

⁶ Tri Irawati, Elistya Rimawati dan Nayu Ariloka Pramesti, Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis

TAM menjelaskan bahwa dua faktor utama yang mempengaruhi adopsi teknologi adalah persepsi kegunaan (persepsi kegunaan) dan persepsi kemudahan penggunaan (persepsi kemudahan penggunaan).⁷ Melalui penggunaan TAM, peneliti dapat mempelajari potensi keberhasilan dan kemajuan teknologi baru dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi sikap dan niat pengguna terhadap pengguna lain.

a. *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan)

Perceived Ease of Use (persepsi kemudahan penggunaan) adalah faktor penting *Technology Acceptance Model* (TAM). Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada persepsi individu tentang seberapa mudah menggunakan teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan sumber daya teknis, dan ketersediaan daya sumber. Beberapa hal diukur dalam *perceived usefulness* diantaranya, efektivitas teknologi, keuntungan teknologi, keterkaitan teknologi dengan tugas dan relevansi teknologi. *Perceived ease of use* sangat penting dalam mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna. Semakin mudah teknologi digunakan, meningkatkan tingkat adopsi teknologi oleh pengguna. Oleh karena itu, sangat penting untuk memastikan bahwa teknologi dikembangkan dengan tujuan meningkatkan persepsi kegunaan sehingga pengguna dapat menggunakannya dengan lebih mudah dan dapat membantu pengguna dalam melaksanakan tugas mereka.

b. *Perceived usefulness* (persepsi kegunaan)

Perceived usefulness (persepsi kegunaan) adalah faktor penting *Technology Acceptance Model* (TAM). Kegunaan yang dirasakan adalah persepsi individu tentang bagaimana teknologi dapat membantu mereka mencapai tujuan atau membantu mereka dalam melaksanakan tugas sehari-hari. Penggunaan teknologi dan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pengguna berdampak pada kegunaan yang dirasakan. Beberapa faktor yang dianggap sebagai bagian dari kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah kemudahan belajar, kemudahan penggunaan, ketersediaan dukungan teknis, dan ketersediaan sumber daya sehari-hari⁸.

Jaminan rasa aman adalah kepercayaan pengguna terhadap keamanan data pribadi dan keuangan mereka saat menggunakan layanan *fintech*. Dalam Teori TAM, persepsi keamanan mempengaruhi persepsi pengguna tentang risiko yang terkait dengan penggunaan teknologi. Semakin tinggi persepsi

Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses, Bisnis sistem informasi akuntansi dan teknologi informasi, Ini adalah tautan untuk OJS Us, 4.2 (2020), doi:10.34010/aisthebest.v4i02.2257, hlm. 106–20.

⁷ Soutam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Malang: Seribu Bintang, 2022) h 30.

⁸ Susanto and Nurinayah Jimad, Pengaruh Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap Persepsi E-Filling, *Jurnal Akuntansi Peradaban*, 5.1 (2019), hlm. 104–24.

keamanan pengguna terhadap *fintech*, semakin besar kemungkinan mereka untuk merasa nyaman dan percaya diri dalam menggunakan layanan tersebut, yang akan meningkatkan minat mereka untuk mengadopsinya. Dengan demikian, dalam kerangka Teori TAM, literasi keuangan syariah, *E-Service Quality*, dan persepsi keamanan secara bersamaan memengaruhi minat pengguna dalam menggunakan *fintech*. Perilaku pengguna terhadap *fintech* dipengaruhi oleh persepsi mereka tentang kegunaan, kemudahan penggunaan, dan keamanan layanan *fintech* tersebut.⁹

B. Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan merupakan jembatan menuju tingkatan yang dapat membantu memahami konsep uang dan proses pengelolaan uang sendiri secara bertanggung jawab, baik saat pendek, sedang, atau kapan pun sepanjang hari dan untuk memahami tren ekonomi.¹⁰

Berbeda dengan literasi keuangan konvensional, literasi keuangan syariah mengacu pada pemahaman individu tentang keuangan secara syariah. Salah satu definisi literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami konsep keuangan dan kapasitas untuk mengelola uang guna mencapai stabilitas keuangan. Dalam konteks ini, literasi tentang uang syariah dapat dipahami sebagai berikut: konsumen barang dan jasa yang sesuai dengan syariah, atau masyarakat umum, diharapkan dapat memahami produk dan layanan ini serta menggunakannya sebagai sarana untuk membantu masyarakat umum dalam menggunakan uang untuk mencapai stabilitas ekonomi. Tujuan dan sasaran pengembangan literasi keuangan yang sesuai dengan syariah sejalan dengan Strategi Literasi Keuangan Nasional Indonesia, yang menggabungkan terminologi keuangan yang sesuai dengan syariah sehingga kita dapat menangani uang dengan cara yang aman dan meningkatkan akses terhadap informasi dan penggunaan.

Berdasarkan pembahasan literasi keuangan syariah di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah merupakan suatu bentuk pengetahuan, informasi, dan pemahaman yang dimiliki oleh masyarakat tentang ekonomi, keuangan, dan bank syariah. Literasi keuangan syariah juga dapat membedakan antara sistem keuangan konvensional dan memberikan saran terbaik untuk mengevaluasi keuangan berdasarkan literasi yang tersedia. Salah satu syarat bagi setiap muslim adalah meleak keuangan syariah. Sebagai seorang muslim, seseorang harus mencari dan mempelajari ilmu

⁹ Gatot Efrianto dan Nia Tresnawaty, Dampak Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Kewajaran Terhadap Penggunaan Fintech di Masyarakat Kabupaten Banten Kalangan Tangerang," *Jurnal Liabilitas*, 6.1 (2021), hlm.53-72, doi:10.54964/liabilitas. v6i1.71.

¹⁰ Chaairil Afandy and Febrilianty Fransiskaa Niangsih, 'Literasi Keuangan Dan Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Di Provinsi Bengkulu', *The Manager Reevew*, 2.2 (2020), pp. 68-98, doi:10.33369/tmr.v2i2.16329.

yang berkaitan dengan ekonomi, keuangan, dan perbankan syariah agar dapat mencapai kesejahteraan, atau falah, di dunia dan akhirat. Jika setiap muslim memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik tentang ekonomi dan keuangan syariah, maka ekonomi syariah Indonesia dapat tumbuh sesuai dengan hukum Islam dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi.

a. Definisi Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan" didefinisikan oleh Organization for Economic Co-operation and Development, atau OECD, sebagai suatu proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas keputusan dan pengelolaan keuangan yang efektif dalam mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan merupakan langkah untuk memahami konsep uang dan proses untuk dapat mengelola uang sendiri dengan baik, baik pada saat pendek, sedang, maupun di waktu lainnya dalam sehari dan untuk memahami kondisi ekonomi.

Definisi Konseptual mengenai literasi keuangan mencakup lima yaitu:

- 1) Pengetahuan terhadap konsep keuangan
- 2) Mampu berkomunikasi terkait konsep keuangan
- 3) Ketangkasan dalam mengelola keuangan pribadi
- 4) Mampu dalam membuat keputusan keuangan yang tepat
- 5) Mampu dalam merencanakan keuangan masadepann yng efektif sesuai dengan kebutuhan

Berbeda dengan literasi keuangan konvensional, literasi keuangan syariah mengacu pada pemahaman individu tentang keuangan secara syariah. Salah satu definisi literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami konsep keuangan dan kapasitas untuk mengelola uang guna mencapai stabilitas keuangan. Dalam konteks ini, literasi tentang uang syariah dapat dipahami sebagai berikut: konsumen produk dan layanan syariah, atau masyarakat umum, diharapkan memahami produk dan layanan syariah serta menggunakannya sebagai sarana membantu masyarakat umum dalam menggunakan uang untuk mencapai stabilitas ekonomi.¹¹

Visi dan misi pengembangan literasi keuangan syariah sejalan dengan tujuan dan sasaran Strategi Literasi Keuangan Nasional Indonesia, yaitu meningkatkan akses informasi dan pemanfaatan produk dalam transaksi keuangan syariah melalui pengembangan infrastruktur keuangan syariah. Hal ini terkait dengan tujuan pengembangan masyarakat literat keuangan syariah, yaitu meningkatkan literasi masyarakat yang sebelumnya kurang atau tidak literat keuangan syariah

¹¹ Kulup Bina Buono, Heni Noviarita, and Muhammad Iqbal, 'Pengaruh Literasi keuangan Syariah Dan Inklusi Keuangan Syariah Digital Pada Sektor Pertanian', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.3 (2023), p. 3949, doi:10.29040/jiei.v9i3.11355.

menjadi literat keuangan syariah. Berdasarkan Laporan Pengembangan Keuangan Syariah (IFDI) 2019, Indonesia mengalami pertumbuhan sistem keuangan syariah karena semakin tingginya kesadaran dan literasi masyarakat terhadap syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa pertumbuhan fintech syariah di Indonesia juga dipengaruhi oleh peningkatan literasi keuangan syariah.¹²

Berdasarkan pembahasan literasi keuangan syariah di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah merupakan jenis pengetahuan, informasi, dan pemahaman yang dimiliki masyarakat tentang ekonomi, keuangan, dan bank syariah. Literasi keuangan syariah juga dapat digunakan untuk membandingkan sistem keuangan konvensional dan memberikan saran terbaik untuk mengevaluasi keuangan syariah berdasarkan literasi yang tersedia.

b. Indikator Literasi Keuangan Syariah

Menurut Remund indikator yang terdapat didalam literasi keuangan syariah adalah¹³:

- 1) Pengetahuan merupakan salah satu atribut yang harus dimiliki setiap orang agar dapat menulis analisis keuangan yang baik. Diharapkan hal ini akan meningkatkan kesejahteraannya.
- 2) Kemampuan, seseorang memiliki tingkat literasi yang tinggi maka dia mampu menciptakan keputusan keuangan yang baik.
- 3) Sikap, seseorang memiliki sikap sebelum melakukan sesuatu.
- 4) Kepercayaan, tidak semua orang mampu dalam meningkatkan kepercayaan diri pada saat merencanakan kebutuhan jangka panjang.

c. Manfaat Literasi Keuangan Syariah

Manfaat literasi keuangan berbasis syariah hubungan antara individu dengan penyedia jasa keuangan syariah sangat penting, oleh karena itu seiring meningkatnya literasi keuangan syariah, semakin banyak pula masyarakat yang memanfaatkan produk dan layanan syariah.

Dalam prinsip ekonomi syariah, literasi keuangan syariah memberikan beberapa manfaat, adalah sebagai berikut:

- 1) Literasi keuangan syariah tertanam dalam diri seseorang individu akan mempermudah dalam proses pengambilan keputusan berdasarkan prinsip syariah.
- 2) Semakin banyak orang melakukan investasi dan menabung maka diharapkan kegiatan ekonomi akan berjalan stabil, karena sistem

¹² Arifa Kurniawan and others, 'Faktor Penentu Minnat Menggunakan Financial Technology Syariah Pasca Covid-19', *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 11.1 (2023), p. 1, doi:10.21043/bisnis.v11i1.19840.

¹³ David L. Remund, 'Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy', *Journal of Consumer Affairs*, 44.2 (2010), pp. 276-95, doi:10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x.

keuangan syariah secara tegas melarang riba atau bunga, *maysir* (spekulasi), dan juga tadlis (penipuan).

3) Literasi keuangan syariah juga memberikan manfaat bagi negara, lembaga keuangan syariah sebagai penyedia jasa keuangan berperan memberikan pelayanan permodalan dalam jasa keuangan bahkan konsultasi keuangan syariah.¹⁴

C. E-Service Quality

E - Service adalah jenis layanan elektronik atau e-service yang dideskripsikan sebagai layanan, bisnis, atau aktivitas yang dilakukan melalui media teknologi informasi. Layanan elektronik ini mencakup layanan e-commerce, layanan pelanggan, dan dukungan. Kemampuan layanan untuk memberikan jaminan kinerja dan kualitas saat membantu pelanggan dalam pembelian, pengiriman, dan penerimaan barang melalui media elektronik dikenal sebagai kualitas e-service. Interaksi antara konsumen dan produsen yang dimungkinkan oleh media elektronik secara khusus dirancang untuk memfasilitasi transaksi bisnis-ke-bisnis.

Menurut Laricha, e-service quality atau yang dikenal juga dengan e-servqual merupakan salah satu bentuk baru dari service quality (servqual) yang digunakan untuk menilai suatu layanan tertentu yang diberikan melalui internet. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa E-service Quality atau yang dikenal juga dengan e-servqual merupakan pengembangan baru dari konsep Service Quality (Servqual). E-service ini secara khusus dirancang untuk menilai kualitas layanan yang diberikan dalam konteks koneksi internet atau layanan elektronik (e-service). Dengan kata lain, *e-servqual* adalah metode digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu layanan elektronik memenuhi atau melebihi harapan pengguna dalam hal kualitasnya. Ini menunjukkan evolusi dari konsep Servqual ke dalam domain pelayanan yang disampaikan melalui internet.

Kualitas layanan elektronik mengacu pada ukuran atau standar yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang disediakan melalui platform elektronik atau internet. Hal ini mencakup berbagai aspek yang mempengaruhi keinginan serta pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan elektronik, seperti kecepatan, keterjangkauan, keandalan, keamanan, kemudahan penggunaan, interaktivitas, dan responsifitas. Dengan begitu e-service quality dianggap penting karena kualitas layanan elektronik dapat berdampak langsung pada kepuasan pengguna, loyalitas, dan citra merek. Perusahaan dan organisasi yang menyediakan layanan elektronik yang berkualitas cenderung lebih berhasil dalam mempertahankan pelanggan dan

¹⁴ Haris Minando, Agustia Handayani, and Farida Ekawati, 'Pengaruh Literasi Keaangaan Terhadap Minat Pemilihan Produk Perbankan Syariah Di Kalangan Mahasiswa', *Journal Of Syariah Economic And Halal Tourism*, 2.2 (2023), pp. 31-38.

mencapai tujuan bisnis mereka.oleh karena itu, memahami dan meningkatkan *e-service quality* menjadi prioritas bagi banyak perusahaan dalam era digital ini.

Menurut Laricha, *e-service quality* atau yang dikenal juDari perspektif Islam, kualitas layanan elektronik haruslah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam agar dapat memberikan layanan yang sebaik-baiknya. Profesionalisme, amanah, dan sikap jujur harus dibarengi dengan komitmen. Selain itu, tidak mengherankan ketika mereka memulai usahanya karena mereka tidak selalu dapat mengandalkan diri sendiri untuk mencari uang sebanyak-banyaknya, tetapi mereka juga memiliki tujuan untuk mencari ridha Allah, dan bantuan yang diberikan seharusnya dapat bermanfaat bagi banyak anggota masyarakat dengan *e-servqual* merupakan salah satu bentuk baru dari *service quality* (*servqual*) yang digunakan untuk menilai suatu layanan tertentu yang diberikan melalui internet. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa *E-service Quality* atau yang dikenal juga dengan *e-servqual* merupakan pengembangan baru dari konsep *Service Quality* (*Servqual*). *E-service* ini secara khusus dirancang untuk menilai kualitas layanan yang diberikan dalam konteks koneksi internet atau layanan elektronik (*e-service*).

a. Definisi *E-SERVICE Quality*

E - SERVICE merupakan salah satu jenis layanan elektronik atau *e-service* yang dijabarkan sebagai suatu layanan, usaha, atau kegiatan yang dilakukan melalui media teknologi informasi. Layanan elektronik tersebut meliputi layanan *e-commerce*, layanan pelanggan, dan dukungan. Kualitas *e-service* merupakan kemampuan suatu layanan dalam memberikan jaminan kinerja dan kualitas ketika pelanggan berbelanja, melakukan pembelian, dan juga memberikan layanan pengiriman atau pengantaran barang kepada pelanggan melalui media elektronik. Interaksi antara konsumen dan produsen yang dimungkinkan oleh media elektronik merupakan suatu aplikasi yang secara khusus dirancang untuk melakukan transaksi jual beli.

Menurut Laricha, kualitas layanan elektronik atau yang juga dikenal sebagai *e-servqual* merupakan bentuk baru kualitas layanan (*servqual*) yang digunakan untuk menilai layanan tertentu yang disediakan oleh jaringan internet.¹⁵

b. Manfaat *E-SERVICE Quality*

Adapun beberapa manfaat dari *E-SERVICE Quality* sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan
- 2) Mengakses basis pelanggan yang lebih besar
- 3) Mendapatkan keunggulan kompetitif

¹⁵ Kornelius Kurniawan Waruwu and Syafrida Hafni Sahir, 'Pengaruh *E-SERVICE Quality* Dan Brand Image Terhadap *E-Loyalty* Pada Pengguna Aplikasi Shopee', *Joournal of Business and Economics Research (JBE)*, 3.3 (2022), pp. 335-41, doi:10.47065/jbe.v3i3.2298.

- 4) Meningkatkan citra perusahaan
- 5) Memperluas jangkauan pasar
- 6) Menurunkan penghalang masuk ke pasar baru dan biaya mendapatkan pelanggan baru
- 7) Alternatif saluran ke pelanggan
- c. Indikator *E-Service Quality*

Indikator *e-service quality* menurut Ladhari terdiri dari:¹⁶

- 1) *Reliability* (Keandalan) yaitu keahlian dalam melaksanakan pelayanan
- 2) *Responsiveness* (Daya Tanggap) membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat dan sesuai
- 3) *Privacy/security* (Privasi / Keamanan) yaitu keamanan dan jaminan data pelanggan
- 4) *Information quality* / benefit (Manfaat / Kualitas Informasi) yaitu kesesuaian informasi diberikan perusahaan
- 5) *Ease of use* / *usability* (Kemudahan Penggunaan / Kegunaan) yaitu usaha yang dibutuhkan pelanggan dalam mengakses informasi.

D. Jaminan Rasa Aman

Menurut Potter & Perry dalam Sumarwan, rasa aman adalah keadaan di mana seseorang terbebas dari masalah fisik dan psikologis serta selalu merasa puas dalam keadaan damai dan tenang. Mengikuti dasar kebutuhan, tingkat kedua adalah rasa aman. Ini merupakan perlindungan fisik yang dibutuhkan manusia. Akibat konsumen tidak memahami rasa takut dan khawatir, serta bahaya jiwanya di mana pun mereka berada, kesehatan fisik akan terpengaruh secara negatif.¹⁷

Kebutuhan dasar dari rasa aman dapat diidentifikasi sebagai kategori kebutuhan kedua dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain, keamanan yang memperhatikan kebutuhan manusia akan melindungi kesehatan manusia. Namun, ketika membahas lembaga keuangan seperti bank, hal itu menjadi berbeda. Klien mencari jaminan dari bank, seperti nasihat hukum dan keuangan yang diberikan bank kepada nasabah sebagai jaminan bahwa jika mereka memperoleh kredit atau melakukan transaksi lainnya, mereka

¹⁶ Malikal Mulki Octadya, 'The Mediating Role of E-Trust Between Online Customer Review, Online Customer Rating, and E-Service Quality on Customer Loyalty on the E-Commerce Site Shopee (Case Study of the Seberang Ulu Community of Palembang City)', *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 07.03 (2024), pp. 896-905, doi:10.47191/ijmra/v7-i03-06.

¹⁷ Tuah Muhammad Syaifullah and others, 'Indeks Rasa Aman Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2022', *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 9.2 (2023), pp. 171-170, doi:10.47521/selodangmayang.v9i2.345.

akan aman.¹⁸ Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dua kebutuhan paling mendasar dalam kehidupan sehari-hari dapat dikategorikan sebagai berikut. Hal ini berkaitan dengan keselamatan fisik manusia. Akan tetapi, dalam konteks lembaga keuangan seperti bank, konsep keamanan menjadi lebih kompleks. Nasabah mencari kejujuran bank dalam layanan hukum dan keamanan yang diberikan bank kepada nasabahnya. Hal ini menjelaskan bahwa jika nasabah memperoleh kredit atau melakukan transaksi lain dengan bank, mereka akan bertindak secara hukum. Oleh karena itu, dalam dunia keuangan, keamanan lebih erat kaitannya dengan pertimbangan hukum dan etika daripada sekadar perlindungan fisik.

Menurut Parasuraman dimensi pembentuk jaminan rasa aman adalah kompetensi (*competence*), kesopanan (*courtesy*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*).¹⁹ Adapun Faktor-Faktor Yang Dapat Membuat Seseorang Merasa Selalu Aman:

1) Salah satu faktor lingkungan yang paling signifikan adalah bagaimana setiap orang berinteraksi dengan orang lain sepanjang hidup mereka dan bagaimana hal ini mempengaruhi adat istiadat, kebiasaan, dan peran-perannya dalam kehidupan sehari-hari dipengaruhi adat istiadat, kebiasaan, dan peran-perannya didalam masyarakat.

2) Peranan hubungan interpersonal sebagai faktor sosial manusia dalam kehidupan sehari-hari adalah untuk menjaga hubungan tersebut hingga akhir hayat, dimana hubungan interpersonal dapat memberikan wawasan terhadap kebutuhan psikologis, baik secara positif maupun negatif.

Syariah Islam dapat menjadi salah satu faktor terpenting dalam memengaruhi keinginan Nasabah untuk membantu. Mengikuti hukum Islam merupakan salah satu hal yang menghambat kemampuan masyarakat umum untuk beradaptasi. Hal ini dimungkinkan oleh fakta bahwa, bagi mereka yang mematuhi hukum Islam, mereka akan memiliki ketenangan akan uang yang mereka simpan di bank yang tidak menggunakan sistem riba melainkan untuk hasil. Dalam Islam, aman bukan hanya hak; itu juga merupakan tanggung jawab yang harus ditegakkan oleh individu, masyarakat, dan pemerintah. Ini berfungsi sebagai dasar bagi masyarakat yang damai, harmonis, dan menyeluruh sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

2. METODE

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif. Sebaliknya, metode yang digunakan adalah penelitian survei, yang

¹⁸ Ningsi dan Manuruung, "Analisis Faktor Jaminan Rasa Aman, Aksesibilitas dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di Bank BTN KC Medan." h 4

¹⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, 1 ed. (Malang: Banyumedia Publishing, 2005) h 174.

menggunakan sampel yang diambil dari populasi dan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data yang akurat.

2. Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandar Lampung. Alasannya dipilih Bandar Lampung sebagai lokasi penelitian karena kota merupakan daerah dengan sebaran jumlah generasi milenial paling banyak dan Kota Bandar Lampung memiliki segmen-segmen generasi milenial dari berbagai kalangan dari pelajar, PNS, wirausahawan, tenaga pengajar dan lain sebagainya yang kesehariannya sudah akrab dengan gaya hidup serba online dan memanfaatkan segala fasilitas online ini dalam aktivitas keseharian mereka sehingga kemungkinan besar sudah mengenal atau paham dengan baik segala tentang hal yang berhubungan dengan produk fintech.

3. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, jumlah populasinya tidak jelas atau dapat dikatakan tidak terlalu besar. Akan tetapi, populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang bermukim di Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini disebut dengan non-probability sampling, atau pengambilan sampel yang dilakukan secara acak. Teknik unintentional sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara yang tidak sepenuhnya akurat. Kemudian, dengan menggunakan rumus lemeshow dengan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui, maka jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden, yang kemudian ditingkatkan menjadi 100 responden.

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan pengajuan berbagai pertanyaan kepada responden atau pemberian umpan balik tertulis. Salah satu skala yang digunakan untuk mengukur sikap selama periode pengukuran ini adalah skala Likert. Kelebihan kuesioner antara lain mudah digunakan, dapat dipercaya data yang diperoleh, penerapan analisis kode, dan interpretasi data secara bermakna.

5. Pengolahan Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik, yang dilakukan dengan melakukan penelitian menggunakan alat bantu SPSS (Statistical Product and Service Solution).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis Kelamin	Keterangan	Frekuensi	Presentase
	Laki-Laki	34	34%
	Perempuan	66	66
	Total	100	100%

Umur	24-28	56	56%
	29-33	18	18%
	34-38	8	8%
	39-44	18	18%
	Total	100	100%
Pekerjaan	Mahasiswa	17	17%
	PNS	12	12%
	Wirausaha	24	24%
	Ibu Rumah Tangga	18	18%
	Lainnya	29	29%
	Total	100	100%

A. Uji Instrumen

1) Uji Validitass

Pengolahan dan validitas keempat variabel ditentukan oleh hasil rhitung>rtabel. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa data untuk masing-masing variabel adalah sah. Dapat dikatakan bahwa alat ukur atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

2) Uji Reliabilitas

Nilai Cronbacch Alphaa untuk variabel literasi keuangan syariah (X1) 0,874, variabel e-service quality (X2) 0,884, variabel jaminan rasa aman (X3) 0,701 dan variabel minat menggunakan (Y) 0,759. dan validitas keempat variabel ditentukan oleh hasil rhitung>rtabel. Dalam hal ini, setiap variabel menunjukkan nilai alpha Cronbach yang lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini reliabel. Dengan demikian, kuesioner sebagai alat untuk menyesuaikan variabel dalam penelitian ini menunjukkan adanya konsistensi. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa data untuk masing-masing variabel adalah sah. Dapat dikatakan bahwa alat ukur atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

B. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalisasi dengan metode Kolmograv-Smirnov dapat disimpulkan bahwa hasil menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,200, lebih tinggi dari tingkat signifikansi sebesar 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa uji normalitas dalam penelitian ini adalah normal. Distribusi normal menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah normal.

2) Uji Multikolinearitas

Hasil output data uji multikolinearitas tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai toleranci > 0,1 dan nilai VIF < 10. Maka disimpulkan tidak adanya masalah multikolinearitas atau bebas multikolinearitas. Bebas

multikolinearitas artinya bahwa tidak adanya hubungan atau korelasi antar variabel independen.

3) Uji Heteroskedastias

Dapat diketahui bahwa signifikansi variabel literasi keeuangan syariah, e-service quality, dan jaminan rassa aman memiliki nilai signifikansii lebih dari 0,10. Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

C. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	2,869	1,352		2.123	.036
	X1	.175	.063	.157	2.791	.006
	X2	.239	.055	. 260	4.344	.000
	X3	.722	.308	. 620	12.093	.000
a. Dependennt Variablee: Minat Menggunakan						

Sumber : Data Output SPSS 26 (2024)

Hasil perhitungann dari uji regresi linear berganda diperoleh nilai konstantaa (a) modeel regresii 2,869 dan koefisien regresi (b) dari setiap variabel-variabel independen diperolehh b1 = 0,175 dan b2 = 0,239, b3= 0,722 berdasarkan nilaiii konstanta dari koefisien regresi tersebut, maka hubungan antara variabeel-variabeel dalam model regresi dapat dirumuskan sebagaii berikuut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$
$$Y = 2,869 + 0,175 X_1 + 0,239X_2 + 0,722X_3$$

Persamaan regresi di atas dapat dijadikan sebagai berikut:

1) Berdasarkan persamaan regresi mennunjukkan bahwa nilai konstanta (a) sebesar 2,869 artinya jika literasi keuangan syariah, E-service quality dan jaminan rasa aman bernilai 0, maka minat menggunakan nilainya adalah 2,869.

2) Berdasarkan hasil bahwaa variabel literasi keuangann syaria (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,175, maka nilai minat menggunakan naik sebesarr 0,175 untuk setiap kenaikan satu persen nilai literasi keuangan syariah. Karena koefisien regresinya positif, maka dapat dikatakan bahwa

hubungan antara variabel X1 (literasi keuangan syariah) dan variabel Y (minat menggunakan) adalah positif.

3) Berdasarkan hasil bahwa variabel e-service quality (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,239, maka nilai minat menggunakan naik sebesar 0,239 untuk setiap kenaikan satu persen nilai e-service quality. Karena koefisien regresinya positif, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel X2 (e-service quality) dan variabel Y (minat menggunakan) adalah positif.

4) Berdasarkan hasil bahwa variabel jaminan rasa aman (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,722, maka nilai minat menggunakan naik sebesar 0,722 untuk setiap kenaikan satu persen nilai jaminan rasa aman. Karena koefisien regresinya positif, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel X3 (jaminan rasa aman) dan variabel Y (minat menggunakan) adalah positif.

D. Uji Hipotesis

1) Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Berdasarkan pada tabel 3 maka dapat dilihat uji hipotesis sebagai berikut.

a) Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan *Fintech Per To Peer Lending* Syariah. Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.9 terlihat bahwa variabel literasi keuangan syariah memiliki t_{hitung} sebesar 2,791 dengan signifikansi sebesar 0,006. Hal ini berarti bahwa t_{hitung} 2,791 dan taraf signifikansi kurang dari 0,05 ($0,006 < 0,05$), yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_a dan menolak H_0 . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Fintech Per To Peer Lending* Syariah. Berpengaruh signifikan artinya bahwa semakin tinggi literasi keuangan syariah yang dimiliki generasi milenial maka akan semakin tinggi juga minatnya.

b) Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Minat Menggunakan *Fintech Per To Peer Lending* Syariah. Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.9 terlihat bahwa variabel literasi keuangan syariah memiliki t_{hitung} sebesar 4,344 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa t_{hitung} 4,344 dan taraf signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_a dan menolak H_0 . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech per to peer lending* syariah. Berpengaruh signifikan artinya bahwa semakin tinggi *e-service quality* yang dimiliki generasi milenial maka akan semakin tinggi juga minatnya.

c) Pengaruh Jaminan Rasa Aman Terhadap Minat Menggunakan *Fintech Per To Peer Lending* Syariah. Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.9 terlihat bahwa variabel Jaminan Rasa Aman memiliki t_{hitung} sebesar 12,093 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa t_{hitung} 12,093 dan taraf signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), yang berarti bahwa hipotesis dalam

penelitian ini menerima H_a dan menolak H_0 . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Jaminan Rasa Aman berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech per to peer lending* syariah. Berpengaruh signifikan artinya bahwa semakin tinggi Jaminan Rasa Aman yang dimiliki maka akan semakin tinggi juga minatnya.

2) Uji Simultan (Uji F)

Dapat diketahui bahwa hasil Uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} 203.115. Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, *e-service quality* dan jaminan rasa aman berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan. Berarti minat menggunakan dipengaruhi variabel secara bersamaan yaitu literasi keuangan syariah, *e-service quality* dan jaminan rasa aman.

3) Uji Koefisien Determinan (R^2)

Dari tabel di atas diperoleh angka R Square sebesar 0,864 (86,4%). Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, *e-service quality* dan jaminan rasa aman secara bersamaan berpengaruh sebesar 86,4% terhadap minat menggunakan, sedangkan 13,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian dalam Uji (t) menunjukkan bahwa variabel yang mengukur literasi keuangan syariah memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,006. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 2,791 dan signifikansi taraf agak di bawah 0,05 ($0,006 < 0,05$). Variabel kualitas layanan elektronik memiliki t_{hitung} sebesar 4,344 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. t_{hitung} variabel jaminan rasa aman sebesar 12,093 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan tingkat signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dan tingkat F_{hitung} sebesar 203,115. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik, literasi pinjaman syariah, dan rasa aman secara simultan memiliki pengaruh terhadap keinginan menggunakan *fintech peer-to-peer lending*.

5. DAFTAR PUSTAKA

"Penyelenggara Fintech Lending Berizin di OJK per 9 Oktober 2023," <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/Pages/Penyelenggara-Fintech-Lending-Berizin-di-OJK-per-9-Oktober-2023>.

Afandyy, Chaairil, and Febrilianty Fransiska Niangsih, 'Literasi Keuangan Dan Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Di Provinsi Bengkulu', *The Manager Review*, 2.2 (2020), pp, 68-98, doi:10.33369/tmr.v2i2.16329

Aminatu Juhria, "Pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi *e-commerce shoppee*," no. *Jurnal Manajemen-VOL. 13* (1) 2021, 55-62 (t.t.).

Buono, Kulup Bina, Heni Noviarita, and Muhammad Iqbal, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Inklusi Keuangan Syariah Digital Pada Sektor Pertanian', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.3 (2023), p. 3949, doi:10.29040/jiei.v9i3.11355

Fandy Tjiptonno, *Pemasaran Jassa*, 1 ed. (Malang: Banyumedia Publishing, 2005).

Gatot Efrianto, and Nia Tresnawaty, 'Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Penggunaan Fintech Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Tangerang Banten', *Jurnal Liabilitass*, 6.1 (2021), pp. 53-72, doi:10.54964/liabilitas.v6i1.71

Irawati, Tri, Elistya Rimawati, and Nayu Ariloka Pramesti, 'Penggunaan Metodee Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses)', *Is The Best Accountinng Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 4.2 (2020), pp. 106-20, doi:10.34010/aisthebest.v4i02.2257

I Putu Raditya Sudwika Utama and Anak Agung Geede Agung Indrra Prathama, 'Pengawasan Bank Indonesia Dan Otoritas Jasa Keuangan Terkait Penerapan Financial Technology', *Jurnal Yustitia*, 16.2 (2023), pp. 170-80, doi:10.62279/yustitia.v16i2.978.

Kurniawan, Arifa, Nur Wahyyu Ningsih, Raizky Rienaldy Pramasha, and Nanda Audia, 'Faktor Penentu Minat Menggunakan Financial Technology Syariah Pasca Covid-19', *Bisnis : Jurnall Bisniss Dan Manajemen Islam*, 11.1 (2023), p. 1, doi:10.21043/bisnis.v11i1.19840

Kusumma, Hendra, and Wiwiek Kusumaning Asmoro, 'Perkembangan Financiaal Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam', *ISTITHMAR: Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 4.2 (2021), pp. 141-63, doi:10.30762/itr.v4i2.3044

Malikal Mulki Octadyla, 'The Mediating Role of E-Trust Between Online Customer Review, Online Customer Ratinng, and E-Service Quality on Customerr Loyalty on the E-Commerce Site Shopee (Case Study of the Seberang Ulu Community of Palembang City)', *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 07.03 (2024), pp. 896-905, doi:10.47191/ijmra/v7-i03-06

Menyikapi Pinjaman Online, Anugerah/Musibah, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwiljabar/bacaartikel/14040/Menyikapi-Pinjaman-Online-Anugerah-atau-Musibah>.

Minando, Haris, Agustia Handayani, and Farida Ekawati, 'Pengarruh Literasii Keuangan Terhadap Minat Pemilihan Produk Perbankan Syariah Di Kalangan Mahasiswa', *Journal Of Syariah Economic And Halal Tourism*, 2.2 (2023), pp. 31-38

Ningsi dan Manurungg, "Analiss Faktor Jaminan Rasa Aman, Aksesibilitas dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di Bank BTN KC Medan."

Nuraini, Azdina, and Hilda Monoarfaa dan Juliana, 'Perkembangann Studi Literasi Keuangan Syariah: Analisis Bibliometrik', *Juurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 12.1 (2024), pp. 5-18

Pratama, Andreanto Indra, and Faizatul Laily Nisa, 'Literasi Keuangan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Ekonomi Yang Akan Datang', *Jurnal Rumpun Manajemen ...*, 1.3 (2024), pp. 514-19
<<https://ejurnall.kampusakademikk.co.id/index.php/jrme/article/view/1740%0Ahttps://ejurnal.kampusakademiiik.co.id/index.php/jrme/article/download/1740/1592>>

Remund, David L., 'Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy', *Journall of Consumer Affairs*, 44.2 (2010), pp. 276-95, doi:10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x

Ruwaidah, Siti Hommisyah, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah', *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2.1 (2020), p. 79, doi:10.54471/muhasabatuna.v2i1.706

Soetam Rizkyy Wicaksono, *Teorii Dasar Technology Acceptance Model* (Malang: Seribu Bintang, 2022).

Susanto, and Nurinayah Jimad, 'Pengaruh Persepsi Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan E-Filling', *Jurnal Akuntansi Peradaban*, 5.1 (2019), pp. 104-24

Syaifullah, Tuah Muhammadd, Sirajuddin Sayuthii, Rosmiar Rosmiar, and Topan Marala, 'Indeks Rasa Aman Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2022', *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 9.2 (2023), pp. 171-170, doi:10.47521/selodangmayang.v9i2.345

Utamma, I Putu Raditya Sudwika, and Anak Agung Geede Agung Indra Prathama, 'Pengawasan Bank Indonesia Dan Otoritas Jasa Keuangan Terkait Penerapan Financial Technology', *Jurnal Yustitia*, 16.2 (2023), pp. 170-80, doi:10.62279/yustitia.v16i2.978

Waruwu, Kornelius Kurniaman, and Syafrida Hafni Sahir, 'Pengaruh E-Service Quality Dan Brand Image Terhadap E-Loyalty Paada Pengguna Aplikasi Shopee', *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3.3 (2022), pp. 335-41, doi:10.47065/jbe.v3i3.2298