



Analisis Faktor Yang Memengaruhi Intensi Menggunakan Fintech Syariah: Studi Empiris Generasi Milenial Tangerang Raya

Elif Pardiansyah

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang, Indonesia

elfardianzyah@untirta.ac.id*

Najmudin

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang, Indonesia

najmudin@untirta.ac.id

Ahmad Fatoni

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang, Indonesia

ahmadfatoni@untirta.ac.id

Received: November 12, 2022 Revised: January 26, 2023

Accepted: January 28, 2023 Published: February 10, 2023

Abstract: *Indonesia has experienced a significant increase in internet penetration over the past decade. The implications of increasing internet penetration have an impact on business patterns in various industrial lines. Financial technology (fintech) is proof of the implementation of a financial system by delivering more efficient financial services. Fintech has an important role in financial intermediation and helps the daily lives of almost all people in the world. Fintech has changed the way consumers conduct financial transactions. This study aims to find out what factors underlie behavioral intentions to use sharia fintech in the millennial generation in Tangerang Raya. This study uses the technology acceptance model (TAM) and accommodates a new variable, namely religiosity. The sampling technique used purposive sampling so that a total sample of 237 respondents was obtained online using the Google form. This study was analyzed using multiple linear regression using SPSS 22 software. The results of this study indicate that the intention to use the millennial generation of sharia fintech in Tangerang Raya is influenced by the perceived usefulness factor with a P-value of $0.00 < 0.05$, and the Islamic religiosity variable with a P-value of $0.00 < 0.05$. Meanwhile, perceived ease of use does not have a significant effect on the intention to use fintech at the sig 5% level with a p-value of $0.197 > 0.05$.*

Keywords: *sharia fintech, millennial, technology, religiosity.*

Abstrak: Indonesia mengalami peningkatan penetrasi internet yang signifikan selama kurun waktu satu dekade terakhir. Implikasi peningkatan penetrasi internet berdampak pada pola bisnis diberbagai lini industri. Financial technology (fintech) adalah bukti penerapan sistem keuangan dengan penyampaian layanan keuangan yang lebih efisien. Fintech memiliki peranan penting dalam intermediasi keuangan dan membantu kehidupan sehari-hari hampir seluruh masyarakat di dunia. Fintech telah mengubah cara konsumen dalam melakukan transaksi keuangan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendasari niat perilaku untuk

menggunakan fintech syariah pada masyarakat generasi milenial Tangerang Raya. Penelitian ini menggunakan menggunakan model *technology acceptance model* (TAM) dan dengan mengakomodasi variabel baru yaitu variabel religiusitas. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, sehingga didapat jumlah sampel sebanyak 237 responden yang didapat secara online dengan google form. Penelitian ini dianalisis menggunakan regresi linier berganda menggunakan software SPSS 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa niat menggunakan fintech syariah generasi milenial di Tangerang Raya dipengaruhi oleh faktor persepsi kegunaan yang dirasakan dengan nilai-P $0,00 < 0,05$, dan variabel religiusitas Islami dengan nilai-P sebesar $0,00 < 0,05$. Adapun persepsi kemudahan menggunakan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan fintech pada taraf sig 5% dengan nilai-p sebesar $0,197 > 0,05$.

Kata Kunci: *fintech syariah, milenial, teknologi, religiusitas.*

A. Pendahuluan

Pertumbuhan fintech syariah di Indonesia menunjukkan potensi yang cukup besar, terbukti dengan masuknya Indonesia ke dalam kategori leader ekosistem fintech syariah global. Menurut Global Islamic Fintech (GIFT) Report 2022 yang diterbitkan pada 28 Juli 2022, Indonesia menempati urutan ketiga dengan skor indeks 65, dibawah Arab Saudi dengan skor 80, dan Malaysia di peringkat satu dengan nilai 81.¹ Meskipun menempati posisi 3 dunia, Indonesia dinilai memiliki prospek fintech syariah yang cerah dibandingkan Arab Saudi dan Malaysia. Indonesia diprediksi akan mengalami kenaikan volume transaksi lebih tinggi, yaitu sebesar \$4.239,4 juta (2021) menjadi \$11.263,6 juta (2026) atau tingkat kenaikan kumulatif tahunan (CAGR) sebesar 21,6% lebih tinggi dibandingkan Arab Saudi dan Malaysia.

Pesatnya perkembangan produk *financial technology* (fintech) ini tidak lepas dari perhatian Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Menurut Ketua Asosiasi Fintech Syariah Indonesia (AFSI) Ronadi Wijaya dalam lama fintechsyariah.id (diakses 12 Oktober 2022) kenaikan peringkat Indonesia dalam GIFT Index 2022 ini didukung oleh perkembangan infrastruktur serta ekosistem ekonomi dan keuangan digital syariah, yang merupakan upaya kolaboratif lintas stakeholder (OJK, BI, DSN-MUI, dan Asosiasi). Selain itu, perkembangan ini didorong oleh kebutuhan manusia akan kehidupan yang modern dan praktis. Fintech memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menggunakan/memanfaatkan berbagai layanan jasa keuangan secara digital, seperti: pembayaran, pinjaman, investasi, dan asuransi. Menurut data OJK, persentase terbesar fungsi fintech di Indonesia adalah pembayaran (42,22%), peminjaman (17,78%) dan agregator (12,59%), sisanya adalah fungsi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi pembayaran Fintech adalah fitur yang paling banyak diadopsi dan disukai secara umum.²

¹ Dinar Standard, "Global Islamic Fintech Report," *Dinar Standard*, 2022, <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/islamic-fintech-2021/Global-Islamic-Fintech-Report-2021-Executive-Summary.pdf>.

² Siti Nur Annisa Amalia, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology Syariah Paytren Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran: Pendekatan Technology

Tren positif perkembangan fintech Indonesia berbanding lurus dengan perkembangan penggunaan internet, smartphone, dan media sosial. Dewasa ini, Alvara Research Center³ mengonfirmasi temuan 9 tren perilaku konsumen Indonesia selama pandemi, dua diantaranya adalah semakin tergantung dengan internet dan semakin boros kuota internet. Hal ini sejalan dengan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia⁴ yang menyatakan bahwa tingkat penetrasi penggunaan internet di Indonesia yang mencapai 77,02%. Masih menurut APJII (2022) tingkat penetrasi (98,64%) dan kontribusi (25,68%) internet di Indonesia berdasarkan usia didominasi oleh generasi milenial (rentang usia 19-34 tahun).⁵

Generasi milenial adalah menurut catatan Badan Pusat Statistik (BPS) adalah penduduk yang lahir pada rentang tahun 1981-1996 atau perkiraan usia sekarang 24-39 tahun. Adapun masyarakat milenial di Provinsi Banten mengacu pada hasil Sensus penduduk tahun 2020, mencatat mayoritas penduduk Banten didominasi oleh Generasi X, Generasi Milenial dan Generasi Z.⁶ Dari sisi demografi, Generasi milenial merupakan penduduk yang berada pada kelompok usia produktif pada tahun 2020. 28,11% penduduk Banten yang pada bulan September 2020 sebanyak 11,90 juta jiwa menurut hasil Sensus Penduduk 2020 (SP2020). Adapun sebaran penduduk di Provinsi Banten masih banyak yang berada di wilayah Tangerang Raya sebesar 54,56% yakni 6,5 juta jiwa. Tangerang Raya merujuk pada tiga wilayah yang ada di provinsi Banten, yakni Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan.

Acceptance Model dan Theory Of Planned Behavior,” *Iqtishaduna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 9, no. 1 (2019).

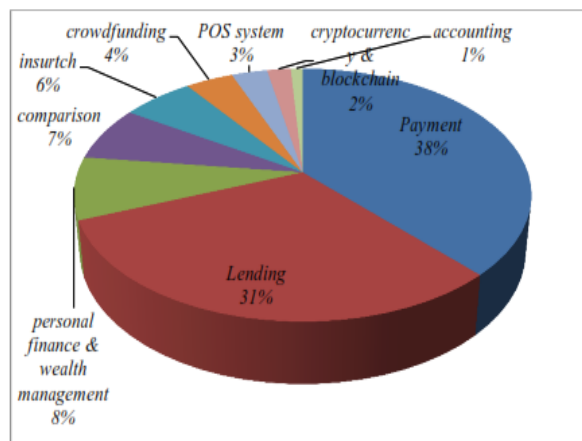
³ Alvara Research Center, “Trend Perilaku Konsumen Indonesia Selama Pandemi” (Jakarta, 2020), [https://covid19.datapedia.id/images/research/9 Trend Perilaku Konsumen Indonesia.pdf](https://covid19.datapedia.id/images/research/9%20Trend%20Perilaku%20Konsumen%20Indonesia.pdf).

⁴ Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia, “Profil Internet Indonesia 2022” (Jakarta, 2022), api.or.id.

⁵ Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia.

⁶ Badan Pusat Statistik Provinsi Banten, “Hasil Sensus Penduduk Banten 2020,” *Berita Resmi Statistik* XVI, no. 07 (2021): 1–16.

Generasi milenial adalah generasi yang secara cepat mengenal teknologi internet, sehingga mereka bisa dikatakan sebagai generasi internet.⁷ Karena melek terhadap internet dan teknologi, tidak heran jika generasi familiar dengan penggunaan produk-produk teknologi keuangan (fintech). Menurut Alvara⁸, mayoritas masyarakat Indonesia menggunakan aplikasi digital payment (fintech pembayaran) untuk kebutuhan sehari-harinya, dan 23,8%-nya adalah generasi milenial. Di sisi lain, porsi pasar fintech Indonesia didominasi sektor transaksi pembayaran (payment) 38%, diikuti oleh sektor pinjaman atau pembiayaan (*lending*) 31%, sisanya terbagi kedalam 7 sektor, yaitu: keuangan pribadi & manajemen kekayaan (*personal finance & wealth management*), perbandingan (*comparison*), *insurtech*, *crowdfunding*, *POS system*, *cryptocurrency & blockchain*, dan *accounting*.



Gambar I. Distribusi Fintech Berdasarkan Sektor Bisnis

Sumber: Indonesia Fintech Landscape Report, 2019

Namun harus diakui bahwa perkembangan jumlah fintech syariah di Indonesia saat ini masih jauh jika dibandingkan dengan fintech konvensional. Hal yang membedakan antara fintech syariah dan fintech konvensional adalah prinsip-prinsip yang digunakan serta adanya dewan pengawas yang bertugas mengawasi setiap kegiatannya. Kehadiran fintech syariah

⁷ Alvara Research Center, "Indonesia Gen Z And Millennial Report 2020: The Battle Of Our Generation," 2020.

⁸ Alvara Research Center, "Trend Perilaku Konsumen Indonesia Selama Pandemi."

menjadi jawaban akan kebutuhan masyarakat Indonesia yang mayoritasnya beragama Islam agar terhindar dari praktik riba, gharar, dan maysir.⁹

Mengacu pada data Otoritas Jasa Keuangan¹⁰ jumlah fintech peer-to-peer lending syariah yang terdaftar dan berizin sampai oktober 2021 hanya berjumlah 9 entitas bisnis dari 106 perusahaan yang terdaftar dan berizin di OJK. Asosiasi Fintech Syariah Indonesia (AFSI) mencatat saat ini jumlah fintech syariah terdapat 17 fintech yang sudah berizin operasional, terdiri dari *peer-to-peer lending*, inovasi keuangan digital, dan securities crowdfunding. Jumlah tersebut masih cukup sedikit mengingat Fintech syariah masih termasuk baru di Indonesia.

Namun demikian, berdasarkan laporan Global Islamic Fintech (GIFT) Report 2022¹¹ pertumbuhan Fintech syariah di Indonesia memiliki potensi dan peluang yang sangat besar, mengingat negara ini mempunyai penduduk muslim terbesar di dunia. Banyaknya kaum muda milenial yang mulai aware terhadap transaksi syariah juga menjadi peluang dan kesempatan yang menjanjikan bagi pasar fintech di Indonesia.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, peneliti dalam hal ini ingin meneliti terkait factor apa saja yang memengaruhi minat/intensi kaum muda (milenial), khususnya di masyarakat milenial Banten terhadap penggunaan fintech syariah. Sebuah teori yang sering digunakan untuk menunjukkan penerimaan terhadap keberadaan teknologi baru dikenal sebagai model penerimaan teknologi (TAM). Huei, Cheng, Seong, Khin, & Leh Bin dalam Diniyah¹² mengusulkan penelitian tentang sikap konsumen terhadap produk dan layanan fintech dengan menggunakan pendekatan TAM. TAM adalah kerangka model yang ditemukan oleh

⁹ Dewi Sartika Nasution, "Perilaku Muslim Masyarakat Kota Mataram Dalam Menggunakan Fintech," *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2019): 378–428, <https://doi.org/10.21274/an.2019.6.2.378-428>.

¹⁰ Otoritas Jasa Keuangan, "Perusahaan Fintech Lending Berizin Dan Terdaftar Di OJK," *OJK*, 2021, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/Pages/Penyelenggara-Fintech-Lending-Terdaftar-dan-Berizin-di-OJK-per-6-Oktober-2021.aspx>.

¹¹ Dinar Standard, "Global Islamic Fintech Report."

¹² Fellasufah Diniyah, "Faktor Yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform Crowdfunding Waqf: Teori UTAUT Model," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 544–52, <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.1841>.

Davis¹³ melalui pengembangan kerangka kerja untuk mempertimbangkan tujuan penggunaan teknologi informasi. Priyono menyatakan model TAM terbukti banyak digunakan untuk menilai apakah suatu teknologi dapat diterima atau tidak oleh penggunanya (*user*).¹⁴

Penelitian ini mencoba menambahkan variable religiusitas sebagai salah satu factor yang mempengaruhi minat masyarakat muslim Banten menggunakan Fintech syariah sehingga dapat menjadi gap penelitian. Religiusitas diduga berperan penting dalam pertimbangan *ethical beliefs* (kepercayaan dan standar rasionalitas) konsumen, yang tercermin dalam perilaku dan komitmen sehari-hari.¹⁵ Price, Arnould & Zikhan¹⁶ berpendapat bahwa tingkat religiusitas seseorang memainkan peran penting dalam membentuk sikap dan perilakunya.

Dengan demikian, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi intensi masyarakat milenial Banten terhadap teknologi baru dalam keuangan, yaitu fintech syariah.

B. Kajian Pustaka

Generasi Milenial

Menurut data Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) ada 63 juta milenial. Generasi milenial adalah kelompok penduduk yang berusia antara 20 - 35 tahun.¹⁷ IDN Research Institute mengelompokkan generasi millennial menjadi dua, *junior millennial* dan *senior millennial*. Junior millennial adalah mereka yang lahir pada tahun 1991-1998 dan

¹³ F. D. Davis, "Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology," *Management Information System Research Center* 13, no. 3 (1989): 319–40.

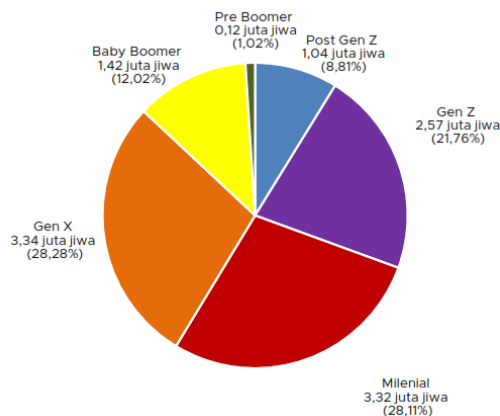
¹⁴ A. Priyono, "Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompert Elektronik Go-Pay," *Jurnal Siasat Bisnis* 21, no. 1 (2017): 88–106.

¹⁵ Syed Shah Alam et al., "Is Religiosity an Important Factor in Influencing the Intention to Undertake Islamic Home Financing in Klang Valley?," *World Applied Sciences Journal* 19, no. 7 (2012): 1030–41, <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2012.19.07.392>.

¹⁶ Arnould E, L. Price, and G. Zikhan, *Consumers*, 2nd ed. (New York: McGraw-Hill, 2004).

¹⁷ Alvara Research Center, "Indonesia Gen Z And Millennial Report 2020: The Battle Of Our Generation."

senior Millennial adalah mereka yang lahir di antara tahun 1983-1990.¹⁸ Menurut IDN Research Institute kelompok umur penduduk milenial berusia 20-35 tahun, dan jumlahnya mencapai 24 persen, yaitu 63,4 juta dari penduduk kategori usia produktif (14 - 64 tahun) yang jumlahnya adalah 179,1 juta jiwa (67,6 persen).



Gambar 2. Komposisi Penduduk Banten Berdasarkan Generasi

Sumber: BPS - Sensus Penduduk Provinsi Banten, 2020

Mengacu pada hasil Sensus penduduk tahun 2020, penduduk milenial di provinsi Banten sebanyak 28,11% dari populasi (11,90 juta penduduk), atau sebanyak 3,32 juta penduduk.¹⁹ Berdasarkan kriteria ini, maka dalam penelitian ini ditetapkan responden yang masuk dalam kategori milenial adalah penduduk yang berdomisili di provinsi Banten dengan rentang usia antara 20 – 35 tahun pada tahun 2022.

Fintech Syariah

Menurut AFTECH²⁰ dan Nafiah & Faih²¹ fintech merupakan singkatan dari *financial technology* atau teknologi finansial dan dapat diartikan sebagai inovasi layanan

¹⁸ IDN Research Institute, "Indonesia Millennial Report 2019: Memahami Perilaku Milenial Indonesia," *IDN Research Institute* 01 (2019): 61, <https://www.idntimes.com/indonesiamillennialreport2019>.

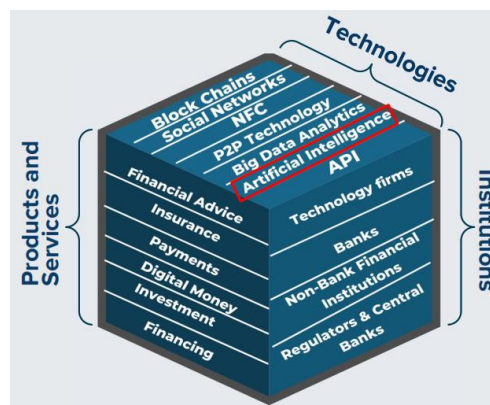
¹⁹ Badan Pusat Statistik Provinsi Banten, "Hasil Sensus Penduduk Banten 2020."

²⁰ AFTECH, "Hand Book Fintech Untuk Keuangan Pribadi," in *Asosiasi Fintech Indonesia*, 2021, 1–51, <https://fintech.id/dokumen/handbook-fintech-untuk-umkm-2021>.

²¹ Rohmatun Nafiah and Ahmad Faih, "Analisis Transaksi Financial Technology (Fintech) Syariah Dalam Perspektif Maqashid Syariah," *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 6, no. 2 (2019): 167–75, <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v6i2.2479>.

keuangan berbasis teknologi. Fintech memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menggunakan/memanfaatkan berbagai layanan jasa keuangan secara digital, seperti: pembayaran, pinjaman, investasi, dan asuransi. Financial Service Board²² mendefinisikan fintech sebagai inovasi teknologi dalam berbagai bentuk layanan keuangan untuk menghasilkan model bisnis, aplikasi, proses, atau produk-produk dengan efek material yang terkait dengan layanan jasa keuangan.

Definisi fintech secara dinamis dapat dijelaskan dengan “*fintech cube*” gambar 3 di bawah yang terdiri dari produk dan layanan, teknologi, dan institusi yang bersinggungan untuk menyediakan solusi keuangan dengan teknologi.²³



Gambar 3. Fintech Cube

Sumber: Alami Institute, 2022

Adapun, fintech syariah menurut Innovate Finance & Redmoney (2017) didefinisikan sebagai fintech yang telah mengidentifikasi model bisnisnya sepenuhnya sesuai syariah atau memiliki produk yang sesuai syariah. Sedangkan menurut Adam dalam Alami Institute²⁴, fintech syariah adalah penggunaan teknologi keuangan dalam menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan syariah melalui platform digital dengan pengalaman penggunaan

²² Maulia Nurul and R. Gratiyana Ningrat, “Adopsi Teknologi Muslim, Sikap, Dan Intensi Pembelian Produk Investasi Islam Menggunakan Financial Technology,” *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)* 3, no. 2 (2018): 155–75, <https://doi.org/10.33476/jeba.v3i2.958>.

²³ Alami Institute, “Revolution of Islamic Finance Technology,” in *Perbanas Institute Webinar* (Jakarta: Perbanas Institute Webinar, 2022).

²⁴ Alami Institute.

dan antarmuka pengguna inovatif. Layanan Fintech syariah di Indonesia diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) nomor 117/DSN-MUI/II/2018 tentang layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah.²⁵

Menurut World Economic Forum dalam Wulan,²⁶ setidaknya terdapat 6 bentuk model bisnis emergent fintech yang eksis di dunia, yaitu: pembayaran (*payment*); asuransi (*insurance*), deposito dan pembiayaan (*deposits* dan *lending*); penambahan modal (*capital raising*); manajemen investasi (*investment management*); dan penyediaan pasar (*market provisioning* atau *market place*).

Theory of Acceptance Model (TAM)

TAM adalah teori yang diadopsi dari model teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action*, TRA) sebagaimana penelitian Davis yang mencoba membandingkan dua model (TRA dan TAM) untuk melihat penerimaan pengguna (*user acceptance*) terhadap teknologi komputer.²⁷ Model ini memberikan suatu pemahaman yang lebih luas terkait penerimaan sebuah teknologi oleh penggunanya. Tujuan dari model TAM ini yaitu untuk menjelaskan faktor-faktor yang menjadi penentu penerimaan suatu teknologi berbasis informasi secara umum dan menjelaskan perilaku pengguna akhir (*end-user*) dari teknologi informasi tersebut dengan variasi yang cukup luas dari populasi pengguna.²⁸

Technology Acceptance Model (TAM) berusaha menjelaskan dua persepsi dari pengguna teknologi yang memiliki suatu dampak pada penerimaan mereka. Menurut teori ini, persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of*

²⁵ Tim BPH DSN-MUI, "Sosialisasi Fatwa DSN-MUI No. 117: Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah," 2018.

²⁶ V. R. Wulan, "Financial Technology (Fintech) a New Transaction in Future," *Journal Electrical Engineering and Computer Sciences* 2, no. 1 (2017): 177–82.

²⁷ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

²⁸ Mira Misissaifi and Jaka Sriyana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Syariah," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 10, no. 1 (2021): 109–24, <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i1.276>.

use) adalah dua faktor yang paling kuat pengaruhnya terhadap penerimaan teknologi dan merupakan determinan fundamental dalam penerimaan pengguna (*user*).²⁹

Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) menekankan pada persepsi pemakai tentang “bagaimana kegunaan sistem atau teknologi ini untuk saya?”. Davis³⁰ mendefinisikan persepsi kegunaan sebagai keadaan di mana pengguna merasakan manfaat dari sistem teknologi informasi yang digunakan untuk meningkatkan kinerja atau memfasilitasi aktivitas kerja. Di sisi lain, jika suatu sistem teknologi informasi tidak membawa manfaat apapun, pengguna tentu tidak akan menggunakannya.

Persepsi kegunaan menurut Davis³¹ dan Adams et al.³² dapat dibagi kedalam enam dimensi berikut: 1) *work more quickly*; 2) *job performance*; 3) *increase productivity*; 4) *effectiveness*; 5) *make the job easier*; 6) *usefulness*.

Nurul & Ningrat³³ menyatakan bahwa keputusan untuk menggunakan produk investasi fintech berbasis syariah dipengaruhi oleh utilitas atau manfaat yang terkait dengan teknologi tersebut. Penelitian Pardiansyah,³⁴ Priyono,³⁵ Amalia,³⁶ Misissaifi & Sriyana,³⁷ menyatakan bahwa persepsi kegunaan akan berpengaruh terhadap niat menggunakan teknologi baru. Dengan demikian, hipotesis ke-I dalam penelitian ini adalah:

H₁: Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kegunaan terhadap intensi menggunakan fintech syariah.

²⁹ Elif Pardiansyah, “Determinan Intensi Adopsi Financial Technology Syariah (Fintech Syariah) Di Indonesia” (Universitas Indonesia, 2019).

³⁰ Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.”

³¹ Davis.

³² D. A Adams, R. R Nelson, and P. A Todd, “No TiPerceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication,” *Management Information System Research University of Minnesota* 16, no. 2 (1992): 227–57.

³³ Nurul and Ningrat, “Adopsi Teknologi Muslim, Sikap, Dan Intensi Pembelian Produk Investasi Islam Menggunakan Financial Technology.”

³⁴ Pardiansyah, “Determinan Intensi Adopsi Financial Technology Syariah (Fintech Syariah) Di Indonesia.”

³⁵ Priyono, “Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay.”

³⁶ Amalia, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology Syariah Paytren Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Planned Behavior.”

³⁷ Misissaifi and Sriyana, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Syariah.”

Persepsi Kemudahan Menggunakan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan menggunakan (*perceived ease of use*) menggambarkan semudah apakah sistem atau teknologi ini digunakan.³⁸ Menurut Davis³⁹ persepsi kemudahan menggunakan didefinisikan sebagai keadaan atau kondisi seseorang yang percaya bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi tidak memerlukan dukungan orang lain dan tidak memerlukan banyak usaha. Dengan begitu, seseorang yang menggunakan suatu sistem atau teknologi tertentu mempersepsikan sistem atau teknologi tersebut akan mampu mendatangkan berbagai kemudahan untuknya, karena persepsi kemudahan penggunaan berhubungan usaha seseorang.⁴⁰

Adapun dimensi persepsi kemudahan penggunaan menurut Davis⁴¹ dan Adams et al.,⁴² adalah sebagai berikut: 1) *easy to learn*; 2) *controllable*; 3) *clear and understandable*; 4) *flexible*; 5) *easy to become skillful*; 6) *easy to use*.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sari, Safitri, dan Angraini (2019) mengonfirmasi bahwa kemudahan yang ditawarkan akan mendorong para milenial dalam memilih mobile banking sebagai salah satu teknologi keuangannya. Sejalan dengan penelitian Priyono⁴³ yang menemukan bahwa penggunaan teknologi baru (dompet digital Go-Pay) dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Adapun, hipotesis ke-2 dalam penelitian ini adalah:

H₂: Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan menggunakan terhadap intensi menggunakan fintech syariah

Religiusitas Islami (*Islamic Religiosity*)

³⁸ V Venkatesh and H Bala, "Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions," *Decision Sciences*, 39, no. 2 (2008): 273–315, <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>.

³⁹ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

⁴⁰ Pardiansyah, "Determinan Intensi Adopsi Financial Technology Syariah (Fintech Syariah) Di Indonesia."

⁴¹ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

⁴² Adams, Nelson, and Todd, "No TiPerceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication."

⁴³ Priyono, "Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompet Elektronik Go-Pay."

Menurut Usman et al,⁴⁴ religiusitas adalah tingkat keyakinan kepada Tuhan sebagai bentuk penghambaan dengan diikuti oleh prinsip yang diyakini dan praktik yang ditetapkan. Menurut Rehman & Shabbir⁴⁵ secara operasional religiusitas memiliki lima dimensi pokok, yaitu: 1) dimensi ideologis; 2) dimensi ritualistic; 3) dimensi intelektual; 4) dimensi konsekuensi, dan 5) dimensi eksperimental.

Dengan demikian, hipotesis ke-3 dalam penelitian ini adalah:

H₃: Terdapat pengaruh positif dan signifikan religiusitas terhadap intensi untuk menggunakan fintech syariah

Intensi Untuk Menggunakan (*Behavioural Intention to Use*)

Menurut Chuang et al.,⁴⁶ niat menggunakan merupakan dimensi yang berkaitan dengan kecenderungan perilaku individu untuk menggunakan suatu layanan teknologi informasi. Adapun niat perilaku (*behavioural intention*) adalah ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.⁴⁷ Perilaku niat juga dapat dikatakan sebagai konstruksi yang dapat menggambarkan niat seseorang untuk menggunakan (*intention to use*) teknologi baru. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis ke-4 dalam penelitian ini adalah:

H₄: Diduga secara Bersama-sama terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan, dan religiusitas terhadap intensi untuk menggunakan fintech syariah

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mencoba menjelaskan hubungan antara variabel bebas persepsi kegunaan (X₁), variabel persepsi kemudahan (X₂), variabel religiusitas islami (X₃) dengan variabel terikat intensi menggunakan (Y) fintech syariah. Model ini dikembangkan dari teori

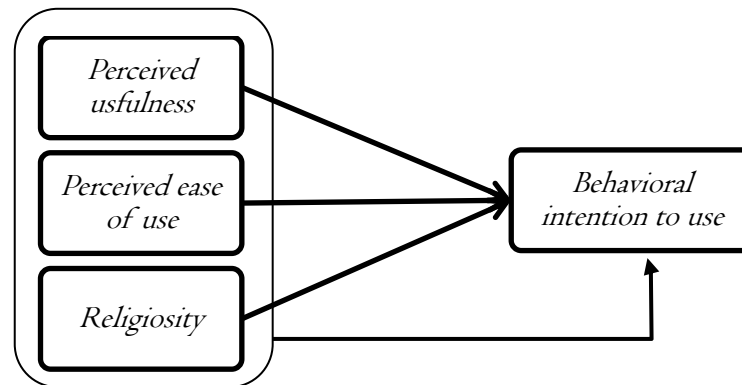
⁴⁴ Hardius Usman et al., "The Role of Religious Norms, Trust, Importance of Attributes and Information Sources in the Relationship between Religiosity and Selection of the Islamic Bank," *Journal of Islamic Marketing* 8, no. 2 (2017): 158–86, <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2015-0004>.

⁴⁵ Ateeq-ur-Rehman and Muhammad Shahbaz Shabbir, "The Relationship between Religiosity and New Product Adoption," *Journal of Islamic Marketing* 1, no. 1 (2010): 63–69, <https://doi.org/10.1108/17590831011026231>.

⁴⁶ L.-M Chuang, C.-C Liu, and H.-K Kao, "The Adoption of Fintech Service: TAM Perspective," *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)* 3, no. 7 (2016): 1–15.

⁴⁷ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

Technology Acceptance Model (TAM). Tujuan model TAM yaitu untuk menjelaskan faktor penentu penerimaan suatu teknologi secara umum dan menjelaskan perilaku pengguna akhir (*end-user*) dari teknologi informasi tersebut.⁴⁸



Gambar 4. Kerangka Pemikiran

C. Metode Penelitian

Bagian ini akan menyajikan data dan metode yang digunakan dalam penelitian, menjelaskan secara singkat tentang waktu dan tempat penelitian, tipe dan sumber data, populasi dan model pengambilan sampel seperti alat analisis yang digunakan, mengingat ketersediaan data yang dapat diandalkan, maka pendekatan analisis kuantitatif dilakukan untuk memverifikasi tujuan kami. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistic.⁴⁹

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni dan September 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat milenial di Tangerang Raya Provinsi Banten. Sedangkan sample dalam peneltian ini adalah 237 orang responden generasi milenial yang berdomisili di Tangerang Raya, yaitu: Kab. Tangerang, Kota Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan. Data pada penelitian ini bersifat *cross-sectional*. Teknik pengumpulan data dengan

⁴⁸ Misissaifi and Sriyana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Syariah."

⁴⁹ Hendri Tanjung and Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, 1st ed. (Jakarta: Gramata Publishing, 2013).

menggunakan instrumen survey atau kuisioner online skala Likert 5 yaitu: 1 = Sangat Tidak Setuju; 2 = Tidak Setuju; 3 = Ragu-ragu; 4 = Setuju; dan 5 = Sangat Setuju.⁵⁰

Teknik analisis data dalam penelitian ini dapat disajikan sebagai berikut:

- 1) Uji validitas dan uji reliabilitas data
- 2) Uji Asumsi klasik
- 3) Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model dalam penelitian ini dilakukan dengan uji keterandalan model (uji-F), uji koefisien regresi (uji-t) dan uji koefisien determinasi (R^2).

- 4) Interpretasi Model Regresi Linier

Dalam penelitian ini, teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, yaitu teknik analisis untuk mengetahui pengaruh variable independen terhadap variabel dependen. Model dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Intensi untuk menggunakan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi Persepsi Kegunaan

β_2 = Koefisien regresi Persepsi Kemudahan menggunakan

β_3 = Koefisien regresi Religiusitas

X_1 = Persepsi Kegunaan

X_2 = Persepsi Kemudahan menggunakan

X_3 = Religiusitas

ε = Error

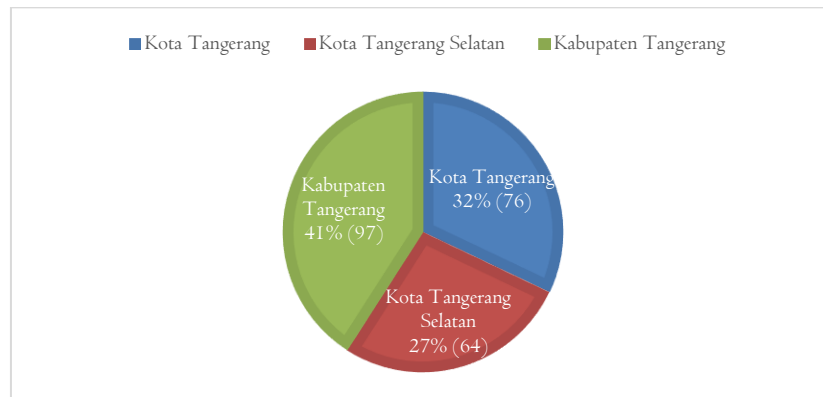
D. Hasil dan Pembahasan

I. Hasil Penelitian

Data Responden Berdasarkan Domisili

Responden dalam penelitian ini berjumlah 237 orang. Data responden dihasilkan dari kuisiner yang disebar secara online (*google form*) pada bulan Agustus tahun 2022. Responden berdasarkan domisilinya, berasal dari daerah Tangerang Raya, yaitu 41% dari Kab. Tangerang, 32% dari Kota Tangerang, dan 27% dari Kota Tangerang Selatan.

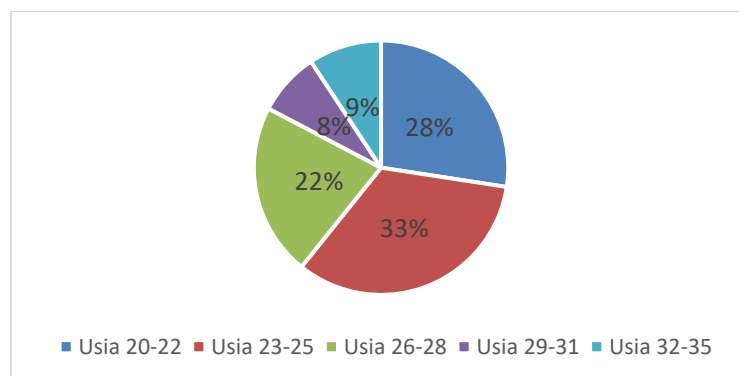
⁵⁰ Hardius Usman and Nurdin Sobari, *Aplikasi Teknik Multivariate Untuk Riset Pemasaran*, 1st ed. (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).



Gambar 5. Grafik Data Responden Berdasarkan Domisili

Data Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia, responden dalam penelitian ini berada pada kategori milenial, yakni antara 20 tahun sampai dengan 35 tahun. Adapun responden dalam penelitian ini didominasi oleh generasi milenial pada rentang usia 23-25 tahun sebanyak 33%, diikuti usia 20 – 22 tahun sebanyak 28%.



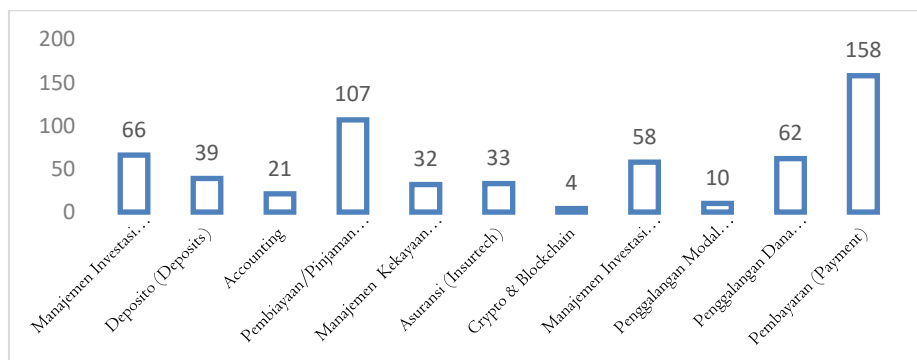
Gambar 6. Grafik Data Responden Berdasarkan Usia

Preferensi Fintech Syariah Yang Dibutuhkan Responden

Peneliti menyelipkan satu pertanyaan penting terkait fintech syariah jenis apa yang dibutuhkan responden saat ini. Pertanyaan peneliti yaitu, “Fintech syariah jenis apa yang paling anda butuhkan saat ini?”. Responden boleh memilih jawaban lebih dari satu jenis fintech syariah yang dibutuhkan. Berikut disajikan jawaban dari 237 responden milenial di Tangerang Raya dalam bentuk grafik. Berdasarkan gambar 7, jenis fintech syariah yang dibutuhkan oleh responden adalah fintech syariah jenis pembayaran (158 orang), disusul

oleh fintech syariah jenis pembiayaan (107 orang), serta fintech syariah jenis manajemen investasi (66 orang) dan penggalangan dana (62 orang).

Temuan ini sejalan dengan perkembangan fintech di Indonesia, dimana porsi pasar fintech Indonesia didominasi sektor transaksi pembayaran (payment) 38%, diikuti oleh sektor pinjaman atau pembiayaan (lending) 31%, sisanya terbagi kedalam 7 sektor, yaitu: keuangan pribadi & manajemen kekayaan (personal finance & wealth management), perbandingan (comparison), insurtech, crowdfunding, POS system, cryptocurrecnry & blockchain, dan accounting.



Gambar 7. Grafik Preferensi Responden terhadap Finteh Syariah

Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur kemampuan indikator terhadap variabel yang akan diukurnya. Indikator dapat dikatakan valid jika berkorelasi dengan indikator lain yang sama-sama mewakili variable yang dapat dilihat dari nilai *Pearson Correlation* dan nilai signifikansinya.⁵¹ Dengan demikian, jika nilai *Pearson Correlation* (R-hitung) lebih besar dari R-tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka indikator dinyatakan valid. Hasil uji validitas terhadap seluruh indikator persepsi manfaat menunjukkan semua item memiliki nilai korelasi (r hitung) lebih besar dibanding r tabel pada tingkat signifikansi 5% yaitu 0,396. Dengan demikian, semua indikator dalam variable dalam penelitian adalah valid.

Uji Reliabilitas

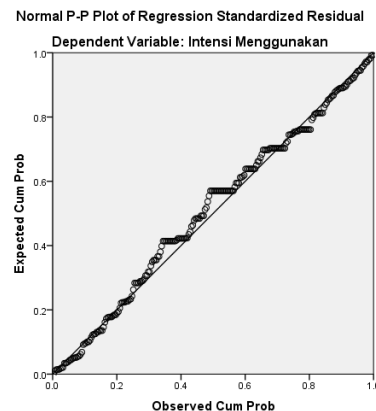
⁵¹ Hardius Usman and Nurdin Sobari, *Aplikasi Teknik Multivariate Untuk Riset Pemasaran*, 1st ed. (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

Reliabilitas yang baik dapat dilihat dari nilai cronbach's alpha-nya. Oleh sebab itu, jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 maka variabel dapat dikatakan reliabel.⁵² Berdasarkan hasil uji statistic, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai cronbach's alpha yang baik, yaitu diatas 0,60, sehingga dapat dikatakan semua variabel memiliki reliabilitas yang baik dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil pengolahan data untuk melihat uji normalitas dapat dilakukan dengan melakukan analisis pada grafik **Normal P-P Plot**. Grafik normalitas pada gambar 8 menunjukkan bahwa sebaran titik-titik yang mendekati garis lurus atau dengan kata lain data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal.



Gambar 8. Uji Normalitas Menggunakan SPSS 22

Uji Multikolinieritas

Hasil pengolahan data untuk pengamatan uji multikolinieritas pada model penelitian dapat dilihat pada tabel **Coefficients^a** berikut.

Tabel I. Coefficient^a Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a		T	Sig.	Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients				Beta	Tolerance	VIF
	B	Std. Error					

⁵² *ibid*

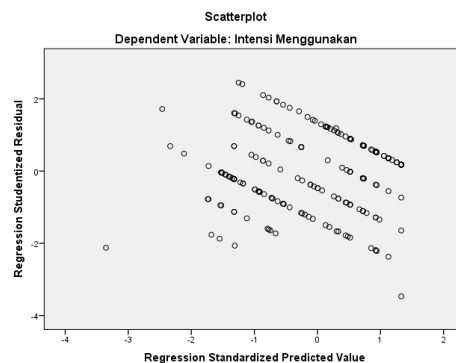
I	(Constant)	1.982	.887		2.233	.026		
	Persepsi Kegunaan	.376	.056	.463	6.690	.000	.505	1.981
	Persepsi Kemudahan	.069	.053	.089	1.294	.197	.512	1.953
	Religiusitas Islami	.196	.044	.238	4.414	.000	.827	1.209

a. Dependent Variable: Intensi Menggunakan

Tabel I menunjukkan nilai VIF untuk variabel persepsi kegunaan (X1) sebesar 1,981; variabel persepsi kemudahan (X2) sebesar 1,953; variabel religiusitas (X3) sebesar 1,209. Dengan demikian, semua variabel penelitian memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10. Sedangkan untuk nilai Tolerance-nya adalah masing-masing persepsi kegunaan 0,505; persepsi kemudahan 0,512; dan religiusitas 0,827 lebih kecil dari 5. Dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan multikolinieritas pada ketiga variabel bebas dalam model penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengolahan data untuk melihat heteroskedastisitas pada data dapat dilakukan dengan melihat gambar **Scatterplot** pada gambar 9 di bawah ini.



Gambar 9. Uji Heteroskedastisitas Menggunakan SPSS 22

Berdasarkan gambar 9 di atas, menunjukkan hasil dimana sebaran titik-titik tidak membentuk suatu pola atau alur tertentu. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa dalam model penelitian ini terbebas dari heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Hasil pengolahan data untuk melihat uji autokorelasi pada model penelitian ini dapat dilihat pada tabel Model Summary^b di bawah ini.

Tabel 2. Model Summary^b Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
I	.661 ^a	.437	.430	1.10451	1.928
a. Predictors: (Constant), Religiusitas Islami, Persepsi Kemudahan Menggunakan, Persepsi Kegunaan					
b. Dependent Variable: Intensi Menggunakan					

Berdasarkan hasil yang terdapat dalam tabel 2, nilai *Durbin-Watson* atau DW hitung untuk model penelitian ini adalah 1,928. Jumlah variable bebas pada penelitian ini adalah 3 ($k = 3$) dan jumlah sampel dalam penelitian (n) adalah 237. Dengan tingkat kesalahan sebesar $\alpha = 0,05$ atau 5%, maka tabel Durbin-Watson untuk penelitian ini menunjukkan nilai $d_L = 1.771$ dan nilai $d_U = 1.805$. Berdasarkan nilai tersebut, maka terjadi atau tidaknya autokorelasi dapat dilihat pada tabel 5 di bawah ini.

Tabel 3. Tabel Auto Korelasi d_L dan d_U

Auto korelasi positif	Ragu-ragu d_L	Tidak ada autokorelasi d_U	Ragu-ragu $4-d_U$	Autokorelasi positif $4-d_L$	
0	1,771	1,805	2,229	2,195	4

Nilai DW hitung pada tabel 3 menunjukkan angka 1,928 berarti lebih besar bila dibandingkan dengan d_L (1,771) dan d_U (1,805) serta lebih kecil dari $4-d_L$ (2,229) dan $4-d_U$ (2,195). Dengan demikian, nilai tersebut berada di daerah tidak ada autokorelasi. Oleh sebab itu dapat dinyatakan bahwa model terbebas dari autokorelasi

2. Pembahasan

Uji Keterandalan Model (Uji-F)

Hasil pengolahan data untuk melakukan uji F dapat dilakukan dengan menganalisis tabel ANOVA^a di bawah ini.

Tabel 4. Hasil Uji F Menggunakan SPSS 22

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
I Regression	220.919	3	73.640	60.363	.000 ^b

Residual	284.246	233	1.220
Total	505.165	236	
a. Dependent Variable: Intensi Menggunakan			
b. Predictors: (Constant), Religiusitas Islami, Persepsi Kemudahan Menggunakan, Persepsi Kegunaan			

Tabel 4 menunjukkan nilai F-hitung (sig) sebesar 0,000 atau F-hitung < 0,05. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi linier berganda yang digunakan pada penelitian ini memiliki kelayakan untuk digunakan dalam menjelaskan pengaruh persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan reigiusitas (X3) terhadap intensi menggunakan fintech syariah (Y). dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variable bebas secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable intensi untuk menggunakan.

Uji Koefisien Regresi (Uji-t)

Jika Uji-F mengungkapkan bahwa semua variable bebas secara bersama-sama (simultan) memengaruhi variable terikat, maka uji-t ini untuk mengetahui variable bebas secara parsial terhadap variable terikat intensi menggunakan. Hasil pengolahan data untuk melihat uji-t dapat dilihat pada tabel **Coefficients^a** pada tabel I. Tabel I menunjukkan nilai *prob.* t-hitung yang dapat dijadikan dasar untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1) Variable Persepsi Kegunaan

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_1 : \beta_1 \neq 0$$

Keputusan: Tolak H_0 (p-value = 0,000)

Kesimpulan: Variable persepsi kegunaan (X1) sebesar 0,000 atau t-hitung < 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variable X1 mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variable terikat intensi menggunakan (Y).

2) Variabel Persepsi Kemudahan

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_1 : \beta_2 \neq 0$$

Keputusan: Terima H_0 (p-value = 0,197)

Kesimpulan: Variable persepsi kemudahan (X_2) memiliki nilai prob. t-hitung sebesar 0.197 atau t-hitung variable $X_2 > 0,05$. Oleh sebab itu, variable bebas persepsi kemudahan (X_2) tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variable terikat intensi menggunakan fintech syariah (Y).

3) Variable Religiusitas

$$H_0 : \beta_3 = 0$$

$$H_1 : \beta_3 \neq 0$$

Keputusan: Tolak H_0 (p-value = 0,000)

Kesimpulan: Variable religiusitas (X_3) sebesar 0,000 atau t-hitung $< 0,05$. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variable X_3 memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variable terikat intensi menggunakan fintech syariah (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengolahan data untuk melihat nilai koefisien determinasi dapat diukur dengan melihat nilai *R-square* atau *Adjusted R-Square* pada tabel 2 di atas. Output regresi menunjukkan nilai koefisien determinasi regresi (*R-Square*) untuk model penelitian yang digunakan adalah 0,437, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa variable bebas persepsi kegunaan (X_1), persepsi kemudahan (X_2), dan religiusitas islami (X_3) mempunyai kontribusi sebesar 43,7% dalam menjelaskan variasi dari variable terikat intensi menggunakan fintech syariah (Y). Sedangkan, sisanya sebesar 56,3% dijelaskan oleh variable lain yang tidak diperhitungkan dalam model. Kondisi ini menunjukkan bahwa selain ketiga variable bebas tersebut, masih ada atau banyak variable lain yang memengaruhi intensi generasi milenial Tangerang Raya untuk menggunakan fintech syariah.

Interpretasi Model Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan data untuk menjelaskan nilai koefisien regresi dan persamaan regresi dapat dilihat berdasarkan output yang dihasilkan SPSS 22 pa tabel I di atas. Berdasarkan output pada tabel I, maka persamaan regresi yang didapat dalam model penelitian ini adalah:

$$\text{Intensi menggunakan} = 1,982 + 0,376 X_1 + 0,069 X_2 + 0,196 X_3$$

Slop untuk variable persepsi kegunaan bernilai 0,376. Artinya jika persepsi responden (generasi milenial Tangerang Raya) mengenai nilai kegunaan/manfaat yang melekat pada suatu teknologi (fintech) semakin tinggi (naik 1 poin), maka niat seseorang untuk menggunakan fintech syariah juga semakin tinggi (naik 0,376 poin). Variable persepsi kemudahan mempunyai nilai *slop* terkecil, yaitu 0,69. Sekalipun demikian, variable persepsi kemudahan mempunyai hubungan positif dengan variable intensi. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai kemudahan yang didapat dari teknologi yang digunakan, maka niat seseorang untuk menggunakan fintech syariah juga semakin tinggi.

Sementara itu, *slop* variable religiusitas bernilai 0,196, yang secara statistik dapat diinterpretasikan setiap kenaikan 1 poin variable religiusitas, maka variable intensi naik 0,196 poin. Secara substansi, dapat diinterpretasi jika persepsi responden mengenai nilai religiusitas yang melekat pada fintech syariah semakin tinggi (naik 1 poin), maka niat seseorang untuk menggunakan fintech syariah juga semakin tinggi (naik 0,196 poin).

Berdasarkan uraian di atas, terlihat bahwa semua variable yang digunakan mempunyai hubungan yang positif dengan niat seseorang untuk menggunakan fintech syariah. Dengan demikian, berbagai upaya perlu dilakukan untuk terus meningkatkan komponen-komponen yang menyangkut aspek kegunaan/kemanfaatan dan kemudahan teknologi, serta nilai religiusitas untuk meningkatkan intensi masyarakat milenial Tangerang Raya menggunakan fintech syariah. Untuk menentukan skala prioritas, dapat dilihat melalui nilai koefisien standar (*beta*) masing-masing variable. Variable persepsi kegunaan/manfaat memiliki nilai koefisien tertinggi, diikuti oleh variable religiusitas, dan persepsi kemudahan.

E. Simpulan

Penelitian ini menganalisis intensi/niat generasi milenial Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan, dan Kabupaten Tangerang (Tangerang Raya) untuk menggunakan fintech syariah. Berdasarkan hasil uji dengan menggunakan analisis regresi linier dapat disimpulkan bahwa secara umum hipotesis yang diajukan diterima, kecuali hipotesis kedua.

Persepsi kegunaan/manfaat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi generasi milenial menggunakan fintech syariah. Peningkatan persepsi kegunaan responden terhadap fintech syariah akan meningkatkan intensi positif generasi milenial Tangerang Raya untuk menggunakan fintech syariah. variabel religiusitas islam memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi untuk menggunakan fintech syariah. Semakin tinggi nilai religiusitas Islam yang dianut seseorang, maka akan semakin meningkatkan intensi positif generasi milenial Tangerang Raya untuk menggunakan fintech syariah. Sedangkan, persepsi kemudahan menggunakan secara statistik tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap intensi menggunakan fintech syariah. Akan tetapi, variable persepsi kemudahan mempunyai hubungan positif dengan variable intensi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai kemudahan yang didapatkan, maka akan semakin tinggi pula niat seseorang untuk menggunakan fintech syariah.

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi baru bagi para peneliti di masa mendatang yang memilih topik kajian yang sama terkait penerimaan sistem atau teknologi dibidang keuangan. Selain itu, dapat memberikan kontribusi mengenai hal apa saja yang mempengaruhi penerimaan fintech syariah di Indonesia, khususnya pada masyarakat generasi milenial Tangerang Raya, Banten.

F. Daftar Pustaka

- Adams, D. A, R. R Nelson, and P. A Todd. "No TiPerceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication." *Management Information System Research University of Minnesota* 16, no. 2 (1992): 227–57.
- AFTECH. "Hand Book Fintech Untuk Keuangan Pribadi." In *Asosiasi Fintech Indonesia*, 1–51, 2021. <https://fintech.id/dokumen/handbook-fintech-untuk-umkm-2021>.
- Alam, Syed Shah, Hawati Janor, Zanariah, Che Aniza Che Wel, and Mst Nilufar Ahsan. "Is Religiosity an Important Factor in Influencing the Intention to Undertake Islamic Home Financing in Klang Valley?" *World Applied Sciences Journal* 19, no. 7 (2012): 1030–41. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2012.19.07.392>.
- Alami Institute. "Revolution of Islamic Finance Technology." In *Perbanas Institute*

- Webinar. Jakarta: Perbanas Institute Webinar, 2022.
- Alvara Research Center. "Indonesia Gen Z And Millennial Report 2020: The Battle Of Our Generation," 2020.
- . "Trend Perilaku Konsumen Indonesia Selama Pandemi." Jakarta, 2020. [https://covid19.datapedia.id/images/research/9 Trend Perilaku Konsumen Indonesia.pdf](https://covid19.datapedia.id/images/research/9_Trend_Perilaku_Konsumen_Indonesia.pdf).
- Amalia, Siti Nur Annisa. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology Syariah Paytren Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Planned Behavior." *Iqtishaduna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 9, no. 1 (2019).
- Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia. "Profil Internet Indonesia 2022." Jakarta, 2022. apji.or.id.
- Ateeq-ur-Rehman, and Muhammad Shahbaz Shabbir. "The Relationship between Religiosity and New Product Adoption." *Journal of Islamic Marketing* 1, no. 1 (2010): 63–69. <https://doi.org/10.1108/17590831011026231>.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. "Hasil Sensus Penduduk Banten 2020." *Berita Resmi Statistik XVI*, no. 07 (2021): 1–16.
- Chuang, L.-M, C.-C Liu, and H.-K Kao. "The Adoption of Fintech Service: TAM Perspective." *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)* 3, no. 7 (2016): 1–15.
- Davis, F. D. "Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology." *Management Information System Research Center* 13, no. 3 (1989): 319–40.
- Dinar Standard. "Global Islamic Fintech Report." *Dinar Standard*, 2022. <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/islamic-fintech-2021/Global-Islamic-Fintech-Report-2021-Executive-Summary.pdf>.
- Diniyah, Fellasufah. "Faktor Yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform Crowdfunding Waqf: Teori UTAUT Model." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 544–52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.1841>.
- E, Arnould, L. Price, and G. Zikhan. *Consumers*. 2nd ed. New York: McGraw-Hill, 2004.
- IDN Research Institute. "Indonesia Millennial Report 2019: Memahami Perilaku Milenial Indonesia." *IDN Research Institute* 01 (2019): 61. <https://www.idntimes.com/indonesiamillennialreport2019>.
- Misissaifi, Mira, and Jaka Sriyana. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Syariah." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 10, no. 1 (2021): 109–24. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i1.276>.
- Nafiah, Rohmatun, and Ahmad Faih. "Analisis Transaksi Financial Technology (Fintech) Syariah Dalam Perspektif Maqashid Syariah." *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 6, no. 2 (2019): 167–75. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v6i2.2479>.
- Nasution, Dewi Sartika. "Perilaku Muslim Masyarakat Kota Mataram Dalam Menggunakan Fintech." *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2019): 378–428.

- <https://doi.org/10.21274/an.2019.6.2.378-428>.
- Nurul, Maulia, and R. Gratiyana Ningrat. "Adopsi Teknologi Muslim, Sikap, Dan Intensi Pembelian Produk Investasi Islam Menggunakan Financial Technology." *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)* 3, no. 2 (2018): 155–75. <https://doi.org/10.33476/jeba.v3i2.958>.
- Otoritas Jasa Keuangan. "Perusahaan Fintech Lending Berizin Dan Terdaftar Di OJK." *OJK*, 2021. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/Pages/Penyelenggara-Fintech-Lending-Terdaftar-dan-Berizin-di-OJK-per-6-Oktober-2021.aspx>.
- Pardiansyah, Elif. "Determinan Intensi Adopsi Financial Technology Syariah (Fintech Syariah) Di Indonesia." Universitas Indonesia, 2019.
- Priyono, A. "Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay." *Jurnal Siasat Bisnis* 21, no. 1 (2017): 88–106.
- Tanjung, Hendri, and Abrista Devi. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. 1st ed. Jakarta: Gramata Publishing, 2013.
- Tim BPH DSN-MUI. "Sosialisasi Fatwa DSN-MUI No. 117: Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah," 2018.
- Usman, Hardius, and Nurdin Sobari. *Aplikasi Teknik Multivariate Untuk Riset Pemasaran*. 1st ed. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Usman, Hardius, Priyono Tjiptoherijanto, Tengku Ezni Balqiah, and I. Gusti Ngurah Agung. "The Role of Religious Norms, Trust, Importance of Attributes and Information Sources in the Relationship between Religiosity and Selection of the Islamic Bank." *Journal of Islamic Marketing* 8, no. 2 (2017): 158–86. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2015-0004>.
- Venkatesh, V, and H Bala. "Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions." *Decision Sciences*, 39, no. 2 (2008): 273–315. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>.
- Wulan, V. R. "Financial Technology (Fintech) a New Transaction in Future." *Journal Electrical Engineering and Computer Sciences* 2, no. 1 (2017): 177–82.