

Determinan Keputusan Pembelian Menggunakan Pembayaran LinkAja Syariah'ah Pada Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan

Wahyuni Safriani¹, Darwis Harahap², M. Fauzan³

^{1,2,3} UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Indonesia

Korespondensi: yuniinasution09@email.com

Informasi Artikel

Riwayat artikel:

Diterima Aug 08th, 2025

Direvisi Aug 12th, 2025

Diterima Aug 16th, 2025

Kata kunci:

Determinan, LinkAja Syariah, Keputusan Pembelian, Tingkat Kepuasan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan, dan tingkat kepuasan terhadap keputusan pembelian menggunakan pembayaran LinkAja Syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Latar belakang penelitian ini didasari oleh rendahnya tingkat pemanfaatan aplikasi LinkAja Syariah di kalangan mahasiswa, meskipun layanan tersebut telah mendapat sertifikasi dari DSN-MUI dan menawarkan fitur transaksi yang sesuai dengan prinsip Syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner. Populasi penelitian adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2021-2022, dengan jumlah sampel sebanyak 76 responden yang dipilih secara acak menggunakan rumus Taro Yamane. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, uji parsial (t), uji simultan (F), dan uji koefisien determinasi menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan, dan tingkat kepuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan LinkAja Syariah. Secara simultan, keempat variabel independen tersebut juga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa model yang digunakan mampu menjelaskan proporsi yang cukup besar terhadap variasi keputusan pembelian. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan literasi digital syariah, serta menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya yang meneliti layanan keuangan berbasis syariah.



© 2025 Para Penulis. Diterbitkan oleh Riset Anak Bangsa. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong terjadinya transformasi dalam sistem pembayaran dari konvensional menuju digital, termasuk munculnya berbagai aplikasi dompet digital (e-wallet). Pertumbuhan ekonomi merupakan bagian terpenting dalam kebijakan ekonomi di Negara manapun dan sistem ekonomi manapun (Rukiah Lubis, Dkk 2023). Salah satu bentuk teknologi informasi yang mengalami perkembangan signifikan sehingga dapat mempengaruhi pola kehidupan dan cara berkomunikasi manusia di era global ini adalah teknologi informasi (digital) (Riani Ade, Dkk, 2022).

Sebagai langkah untuk meningkatkan kapabilitas perbankan, optimalisasi pemanfaatan kemajuan teknologi informasi menjadi prasyarat utama dalam mendukung inovasi layanan perbankan sejalan dengan tujuan tersebut, otoritas jasa keuangan Republik Indonesia mengesahkan peraturan otoritas jasa keuangan nomor 12/POJK.03/2018 yang mengatur tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum (M. Fauzan, Dkk, 2024). Salah satu inovasi pembayaran berbasis digital yang mengusung prinsip syariah adalah LinkAja Syariah, yang merupakan layanan uang elektronik pertama di Indonesia yang mendapatkan sertifikasi dari DSN-MUI dan didukung oleh berbagai bank syariah. Aplikasi ini menyediakan layanan transaksi keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti zakat, infaq, wakaf, dan pembayaran lainnya secara non-tunai.

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital merupakan kelompok pengguna potensial e-wallet, termasuk LinkAja Syariah. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Syahada Padangsidimpuan, khususnya dari Program Studi Ekonomi Syariah, semestinya memiliki literasi dan preferensi terhadap produk keuangan berbasis syariah. Namun, hasil studi pendahuluan menunjukkan

bahwa dari sepuluh mahasiswa yang diwawancarai, tujuh orang belum memahami fungsi dan keunggulan LinkAja Syariah. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara eksistensi aplikasi syariah dan kesadaran pengguna di kalangan mahasiswa.

Meskipun LinkAja Syariah sebagai dompet digital berbasis prinsip syariah telah memiliki sertifikasi DSN-MUI dan menawarkan berbagai kemudahan serta layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, namun tingkat penggunaan aplikasi ini di kalangan mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah masih rendah. Banyak mahasiswa belum memahami manfaat dan keunggulan dari LinkAja Syariah, bahkan sebagian besar tidak menggunakannya dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara keberadaan produk keuangan syariah dengan kesadaran pengguna, khususnya mahasiswa yang berlatar belakang studi ekonomi syariah.

Terdapat berbagai faktor yang diduga mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan LinkAja Syariah, di antaranya adalah kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, tingkat kepercayaan terhadap sistem aplikasi, dan tingkat kepuasan terhadap layanan. Namun, belum diketahui secara pasti sejauh mana faktor-faktor tersebut memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi ini di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk menganalisis pengaruh dari keempat variabel tersebut terhadap keputusan pembelian menggunakan LinkAja Syariah.

Peneliti mengambil informan penelitian yaitu mahasiswa Prodi Ekonomi Syari'ah FEBI UIN Syahada Padangsidempuan NIM 21-22 yang menggunakan aplikasi *LinkAja Syariah* dalam bertransaksi sehari-hari seperti pembelian pulsa, pembayaran token listrik, dan tagihan lainnya. Berdasarkan studi pendahuluan yang peneliti lakukan dengan mewawancarai 10 mahasiswa Ekonomi Syariah, ada 7 orang tidak memahami kegunaan *LinkAja Syariah* dan 3 orang yang memahami apa itu *LinkAja Syariah*.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Determinan Keputusan Pembelian Menggunakan Pembayaran LinkAja Syari'ah Pada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan". Diharapkan penelitian ini menghasilkan kondisi terbaru pada objek penelitian.

TINJAUAN TEORISTIK

Pengertian Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah suatu tindakan yang menentukan hasil dalam memecahkan permasalahan dengan memilih suatu jalur tindakan diantara sebagian alternatif yang terdapat lewat sesuatu proses mental dan berfikir logis serta pula mempertimbangkan seluruh pilihan alternatif yang ada yang memiliki pengaruh negatif ataupun positif (Chatarina Odilia Winda Dan Andy, 2022).

Keputusan yaitu suatu hasil pemecahan permasalahan yang dihadapi dengan tegas. Suatu keputusan merupakan suatu jawaban yang pasti terhadap suatu persoalan. Keputusan harus menjawab sebuah pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan suatu perencanaan. Keputusan dapat pula berbentuk sesuatu tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula. Keputusan penggunaan yaitu suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Seiring perkembangan zaman banyak perubahan teknologi dan informasi. Sistem pendukung keputusan bisa digunakan untuk menentukan sebuah keputusan terhasap suatu hal. Sistem pendukung keputusan merupakan suatu system interaktif yang mendukung keputusan dalam proses pengambilan keputusan (M. Fauzan, Dkk, 2019).

Pengambilan keputusan terhadap penggunaan *e-wallet* syariah dapat dipengaruhi oleh kemudahan dan kemanfaatan aplikasi tersebut terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula. Keputusan penggunaan yaitu suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian, yaitu mengenali kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan membeli, dan perilaku pembelian.

Indikator Keputusan

1. Mengetahui Informasi Produk
2. Pemanfaatan Produk
3. Kebutuhan
4. Kepuasan terhadap Produk
5. Rekomendasi

Pengertian Kemudahan

Kemudahan merupakan aktivitas yang dilakukan manusia tanpa memerlukan usaha yang banyak atau berlebih untuk menyelesaikan pekerjaannya (Devi Srikandi, Dkk, 2022). Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan Teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Kemudahan penggunaan adalah kemudahaan yang dirasakan oleh pengguna dalam mengoperasikan *e-wallet*. Kemudahan penggunaan sebagai tingkat kepercayaan seseorang dimana saat menggunakan suatu sistem tidak dibutuhkan usaha yang keras.

Layanan *e-wallet* yang diberikan harus mempermudah pengguna dalam menggunakan bukan semakin mempersulit pengguna untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun pengguna berada.

Indikator dari kemudahan penggunaan

1. Mudah dipelajari
2. Fleksibel
3. Mengontrol pekerjaan

Pengertian Kemanfaatan

Kemanfaatan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Persepsi kemanfaatan merupakan suatu pemikiran mengenai penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan bagi penggunanya (Isabella Dinda Silva, Dkk, 2022).

Persepsi manfaat adalah suatu ukuran kepercayaan individu bahwasannya pemakaian dari sistem akan memudahkan beberapa pekerjaan alhasil dapat dijalankan dengan lebih cepat. Kemudian dikatakan bahwasannya persepsi manfaat bisa mengidentifikasi beberapa kegunaan yang didapat pengguna dengan memakai internet guna menjalankan transaksi.

Indikator Kemanfaatan

1. Mudah Digunakan
2. Efisien

Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang dalam merasakan aman ketika sedang bertransaksi dengan orang lain maupun dengan penyedia layanan. Keinginan seseorang untuk mengandalkan hukum, keterampilan, dan kesimpulan yang terbentuk di dalam pikiran pelanggan mengenai suatu objek, yang meliputi atribut dan manfaatnya. Objek tersebut bisa berupa produk, individu, perusahaan atau segala hal yang menjadi subjek kepercayaan dan sikap seseorang (Luthfi Nur Rizki Dan Bowo Santoso, 2023).

Penerapan konsep kepercayaan dalam sebuah penelitian, yaitu sebuah kegiatan bertransaksi dengan *e-wallet*, tingkat kecemasan saat memakai *e-wallet* lebih tinggi daripada dengan transaksi yang menggunakan uang tunai. Saat menggunakan *e-wallet*, kepercayaan menjadi faktor yang penting karena nilai uang tidak secara langsung berada dikonsumen akan tetapi tercatat dalam system *e-wallet*.

Indikator pengukur persepsi kepercayaan

1. Percaya
2. Mampu melindungi privasi
3. Dapat diandalkan
4. Tidak akan menipu

Pengertian Tingkat Kepuasan

Tingkat kepuasan didefinisikan sebagai sejauh mana pengalaman pelanggan terhadap suatu produk, jasa, atau perusahaan melebihi tujuan kepuasan yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini merupakan kesenangan atau kepuasan pelanggan terhadap barang atau jasa yang diterimanya. Penilaian pelanggan dari suatu performa produk atau layanan tergantung dari beberapa faktor, termasuk tipe dari hubungan loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan terhadap merek (Aldi Samara Dan Metta Susanti, 2023).

Jika perusahaan/pemberi pelayanan kesehatan menaikan harapan penggunaan biaya terlalu tinggi, penerima fasilitas kesehatan mungkin akan kecewa atau tidak puas. Di sisi lain jika pemberi pelayanan kesehatan memberikan biaya/harga yang rendah, akan menaikan jumlah penerima fasilitas kesehatan dan biasa dikatakan berhasil memuaskan penerima fasilitas kesehatan jika dapat memenuhi

harapan-harapan yang ada. Strategi pelayanan adalah strategi untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan kualitas sebaik mungkin sesuai standar yang telah ditetapkan perusahaan (Ali Hardana, Dkk, 2022).

Dan dalam kata lain perusahaan yang melakukan hal ini dapat dikatakan menuju pada total customer *satisfaction*, perusahaan sudah semestinya memberikan tingkat kepuasan yang tinggi pada pelanggan, sebab pelanggan yang mendapatkan kepuasan yang cukup hanya akan bertahan untuk sementara waktu dan dengan mudah beralih pada perusahaan/produsen yang mendapatkan tingkat kepuasan tinggi akan memiliki ikatan pada merek produk, bukan hanya pada preferensi rasional dan akhirnya semua ini akan membangun loyalitas pelanggan. Loyalitas nasabah merupakan aset yang tidak ternilai bagi perbankan atau perusahaan. Karena loyalitas nasabah akan berdampak terhadap kinerja perusahaan dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan atau perbankan (Eva Indah, Dkk, 2021).

Indikator Pengukuran Dalam Tingkat Kepuasan

1. Kualitas pelayanan
2. Harga
3. Strategi pemasaran
4. Kualitas produk

LinkAja Syariah

LinkAja Syari'ah merupakan suatu layanan yang memungkinkan pelanggan melakukan transaksi menggunakan ponsel. Transaksi yang bisa digunakan untuk berbagai macam pembelian melalui *merchant*, pembayaran tagihan, dan pengiriman uang yang semuanya dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja hanya dengan menggunakan ponsel pengguna. LinkAja di bawah naungan PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) resmi didirikan di Senayan, Jakarta pada Minggu, 30 Juni 2019. Platform pembayaran digital milik BUMN mengusung tujuan, "Dari dan Untuk Indonesia."

Aplikasi LinkAja dapat dioperasikan melalui smartphone dengan mengunduh aplikasi LinkAja melalui *Google Play Store* untuk pengguna Android dan *App Store* untuk iOS. Kemudian, untuk memakainya pengguna hanya perlu mendaftarkan nomor telepon serta mengisi biodata calon pengguna. Setelah disetujui oleh sistem LinkAja, maka akun telah aktif dan dapat menggunakan LinkAja layaknya sebuah dompet digital.

Dalam implementasinya, *LinkAja Syariah* mengedepankan beberapa prinsip dasar diantaranya adalah penempatan dana bekerja sama dengan sejumlah bank syariah, mengaplikasikan tata cara transaksi yang sesuai dengan kaidah syariah, serta dapat diterima di seluruh *merchant* LinkAja.

LinkAja Syariah mengedepankan tiga kategori utama produk layanan, yaitu Ekosistem ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf), Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Masjid, serta Digitalisasi Pesantren dan UMKM. Selain itu, *LinkAja Syariah* juga menghadirkan beragam produk yang sesuai dengan akad syariah dengan tidak ada unsur *maymsir* (judi), *gharar* (ketidakjelasan), *riba* (tambahan), *zalim*, dan barang tidak halal.

Landasan hukum mengenai pelaksanaan teknologi finansial di Indonesia diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial. Menurut peraturan tersebut, adanya undang-undang yang mengatur tentang teknologi finansial berlandaskan pada perkembangan teknologi dan sistem informasi yang terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan teknologi finansial untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat dan dapat membawa manfaat bagi masyarakat. Teknologi finansial wajib selalu dimonitor dan dikembangkan untuk mendukung terciptanya stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, serta sistem pembayaran yang efisien, lancar, dan andal.

Fatwa Dewan Standar Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 117/DSN-MUI/II/2018 Mengenai Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah. Layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah, terdapat tiga parameter produk ekonomi dapat dikategorikan sesuai dengan syariah, yaitu: pertama, terbebas dari transaksi yang dilarang; kedua, produk sesuai dengan akad atau transaksi syariah; dan ketiga, wajib menjaga adab-adab (akhlak) islam dalam bermuamalah. *FinTech* syariah juga terdapat pada Al-Qur'an Surah Al-Anbiya Ayat 80.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah NIM 21-22. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahman Addary Padangsidimpuan yang berada di Jl. T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan. Adapun waktu penelitian ini dilakukan pada Desember 2024 sampai dengan Juni 2025.

Metode penelitian yang dipakai yaitu metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafah positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Chairunnisa Conni, 2017). Sesuai dengan penjelasan di atas, maka penelitian ini akan dianalisis menggunakan SPSS versi 25.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah 322 mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2021-2022.

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih melalui beberapa proses dengan tujuan menyelidiki atau mempelajari sifat-sifat tertentu dari populasi induk (I Ketut Swarjana, 2022). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah (*random sampling*).

Berdasarkan jumlah populasi yang telah diketahui, untuk mengetahui sampel yang akan diteliti pada penelitian ini maka peneliti menggunakan rumus atau metode Taro Yamane. Berdasarkan perhitungan rumus tersebut jumlah minimal sampel yang diambil adalah sebanyak 76 sampel.

Sumber data ialah benda, hal atau orang tempat peneliti mengamati, membaca, atau bertanya tentang data (Suharsimi Arikunto, 2016). Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini data primer bersumber dari mahasiswa/i Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2021-2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri SYekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Data sekunder ialah data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Sumber data sekunder dapat membantu memberi keterangan, atau data pelengkap sebagai bahan pembandingan (Burhan Bungin, 2017). Untuk penelitian ini data diperoleh dari sejumlah mahasiswa, Kasubag Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dokumen, laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian dan artikel yang berkaitan dengan materi yang sedang peneliti lakukan.

Teknik pengumpulan data menjelaskan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data (Barnawi Dan M. Arifin, 2016). Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan angket dan dokumentasi.

Angket merupakan daftar pertanyaan yang diajukan pada seseorang responden untuk mencari jawaban dari permasalahan yang diteliti. Dalam angket ini berisi tentang pernyataan-pernyataan untuk responden yang berkaitan dengan pengaruh kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan dan tingkat kepuasan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan *LinkAja Syariah*. Responden pada penelitian ini yaitu mahasiswa/ I Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2021-2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Analisis data merupakan prosedur untuk menganalisis data, teknik-teknik untuk menginterpretasikan hasil-hasil analisis, didukung oleh proses pengumpulan data untuk membuat analisis lebih mudah, lebih tepat dan akurat (John Wilder Tukey, 1977). Analisis data (baik kuantitatif maupun kualitatif) memiliki berbagai ragam pendekatan dan teknik dengan tujuan untuk penyediaan informasi yang valid, *reliable*, *practical* guna mendukung proses pengambilan keputusan manajemen yang produktif (efektif dan efisien) (Jogiyanto Hartono, 2018).

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas data, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi r^2 , analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

HASIL ANALISIS DATA

Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas Variabel Kemudahan(X1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,745	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=n-2$ (jumlah responden-2)=76-2=74 pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh nilai $r_{tabel} =0,2257$.	Valid
2	0,732		Valid
3	0,632		Valid
4	0,776		Valid
5	0,803		Valid
6	0,590		Valid

Tabel 2 Uji Validitas Kemanfaatan(X2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,770	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=n-2$ (jumlah responden-2)=76-2=74 pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh nilai $r_{tabel} =0,2257$.	Valid
2	0,765		Valid
3	0,550		Valid
4	0,674		Valid

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Kepercayaan(X3)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,725	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=n-2$ (jumlah responden-2)=76-2=74 pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh nilai $r_{tabel} =0,2257$.	Valid
2	0,717		Valid
3	0,781		Valid
4	0,764		Valid

Tabel 4 Uji Validitas Tingkat Kepuasan(X4)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,808	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=n-2$ (jumlah responden-2)=76-2=74 pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh nilai $r_{tabel} =0,2257$.	Valid
2	0,648		Valid
3	0,824		Valid
4	0,572		Valid

Tabel 5 Uji Validitas Variabel Keputusan(Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,749	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=n-2$ (jumlah responden-2)=76-2=74 pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh nilai $r_{tabel} =0,2257$.	Valid
2	0,737		Valid
3	0,801		Valid
4	0,662		Valid
5	0,704		Valid

Uji Reliabilitas

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ketentuan	Keterangan
Kemudahan(X1)	0,808	Instrument reliabel, jika <i>Cronbach's Alpha</i> >0,60	Reliabel
Kemanfaatan(X2)	0,637		Reliabel
Kepercayaan(X3)	0,734		Reliabel
Tingkat Kepuasan(X4)	0,683		Reliabel
KeputusanKeputusan(Y)	0,801		Reliabel

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Tabel 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
		X1	X2	X3	X4	TotalY
N	Valid	76	76	76	76	76
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		27.02	17.38	17.19	18.23	22.94
Std. Deviation		2.780	1.925	2.013	1.780	2.256
Minimum		21	13	13	13	18
Maximum		30	20	20	20	25

Hasil Uji Normalitas

Tabel 8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20922621
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.066
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov terhadap residual tidak terstandarisasi, diperoleh nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa residual data berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi linier berganda dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas residual, yang berarti model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 9 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.946	1.057
	X2	.994	1.006
	X3	.971	1.030
	X4	.950	1.052
a. Dependent Variable: TotalY			

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antar variabel independen dalam model regresi, diperoleh nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* sebagai berikut: variabel Kemudahan (X1) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,946 dan *VIF* sebesar 1,057; variabel Kemudahan (X2) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,994 dan *VIF* sebesar 1,006; variabel Kepercayaan (X3) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,971 dan

VIF sebesar 1,030; serta variabel Tingkat Kepuasan (X4) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,950 dan VIF sebesar 1,052. Seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10, yang berarti tidak terdapat gejala multikolinieritas dalam model regresi. Dengan demikian, keempat variabel bebas dalam penelitian ini tidak saling memengaruhi secara signifikan, sehingga model regresi dinyatakan memenuhi asumsi bebas multikolinieritas dan layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.574	2.755		.571	.570
	X1	.022	.050	.052	.432	.667
	X2	.056	.072	.093	.782	.437
	X3	.067	.069	.116	.973	.334
	X4	-.068	.078	-.103	-.863	.391
	Y	-.054	.062	-.105	-.883	.380

a. Dependent Variable: ABS RES

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas, diketahui nilai signifikan variabel kemudahan $0,667 > 0,1$, nilai signifikan variabel kemanfaatan $0,437 > 0,1$, nilai signifikan variabel kepercayaan $0,334 > 0,1$, nilai signifikan variabel tingkat kepuasan $0,391 > 0,1$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pada variabel kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan, dan tingkat kepuasan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.052	.511		.102	.919
	X1	.278	.044	.276	6.251	.000
	X2	.341	.044	.362	7.751	.000
	X3	.211	.042	.226	4.980	.000
	X4	.169	.045	.188	3.759	.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil uji regresi linear berganda pada tabel IV.13, maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = 0,052 + 0,278 \cdot x_1 + 0,341 \cdot x_2 + 0,211 \cdot x_3 + 0,169 \cdot x_4$$

1. Kemudahan (X1) memiliki koefisien sebesar 0.278, artinya setiap peningkatan 1 satuan dalam persepsi kemudahan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0.278 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Pengaruh ini signifikan ($p = 0.000$).
2. Kemanfaatan (X2) memiliki koefisien sebesar 0.341, namun tidak signifikan secara statistik ($p = 0.120 > 0.05$), artinya pengaruhnya terhadap keputusan pembelian tidak cukup kuat untuk disimpulkan.
3. Kepercayaan (X3) memiliki koefisien 0.211 dan signifikan ($p = 0.000$), menunjukkan pengaruh positif yang kuat terhadap keputusan pembelian.

4. Tingkat Kepuasan (X4) memiliki koefisien 0.169 dan juga signifikan ($p = 0.000$), menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan, semakin besar keputusan mahasiswa untuk menggunakan *LinkAja Syariah*.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.983 ^a	.966	.964	.455
a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2				

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel IV.12 di atas diperoleh nilai R Square sebesar 0,966. Sedangkan 3,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hasil Uji t

Tabel 13 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.052	.511		.102	.919
	X1	.278	.044	.276	6.251	.000
	X2	.341	.044	.362	7.751	.000
	X3	.211	.042	.226	4.980	.000
	X4	.169	.045	.188	3.759	.000
a. Dependent Variable: Y						

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dalam analisis regresi linier berganda, diketahui bahwa seluruh variabel independen yaitu kemudahan (X1), kemanfaatan (X2), kepercayaan (X3), dan kepuasan (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi keempat variabel yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Variabel kemanfaatan (X2) memiliki pengaruh paling dominan dengan nilai t sebesar 7,751 dan koefisien beta sebesar 0,362. Artinya, semakin besar kemanfaatan yang dirasakan pengguna terhadap layanan *LinkAja Syariah*, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk memutuskan melakukan pembelian. Dengan demikian, seluruh variabel dalam model ini berkontribusi nyata dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian.

Hasil Uji F

Tabel 14 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	414.961	4	103.740	500.260	.000 ^b
	Residual	14.723	71	.207		
	Total	429.684	75			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2						

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 500,260 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan,

kemanfaatan, kepercayaan, dan tingkat kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *LinkAja Syariah*.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Hasil Uji T menunjukkan bahwa variable kemudahan memiliki nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$) dan nilai t_{hitung} sebesar 6.251, yang berarti kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap kemudahan penggunaan aplikasi *LinkAja Syari'ah*, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakannya. Penelitian ini sejalan dengan desi Amalia yang menemukan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan DANA oleh mahasiswa.

Kemanfaatan juga memiliki pengaruh signifikan, dengan nilai signifikansi 0.000 dan t-hitung 7.751. Ini menunjukkan bahwa manfaat fungsional yang dirasakan mahasiswa, seperti efisiensi waktu dan kemudahan dalam melakukan transaksi berbasis syariah, turut meningkatkan keputusan mereka untuk menggunakan aplikasi. Hasil ini konsisten dengan Nur Azizah Panggabean yang juga menemukan bahwa kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *LinkAja Syariah*. Ashif Syfa'ul Qulub dan Desi Amelia yang menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan penggunaan e-wallet.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0.000 dan t-hitung 4.980. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih cenderung menggunakan aplikasi *LinkAja Syariah* apabila mereka merasa yakin terhadap keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, dan keandalan sistem aplikasi tersebut. Kepercayaan merupakan fondasi penting dalam penggunaan teknologi keuangan digital, apalagi jika berbasis prinsip syariah. Temuan ini sesuai dengan: Putri Aulia Nasution yang menyatakan bahwa kepercayaan mempengaruhi kepuasan dan penggunaan *LinkAja Syari'ah*.

Tingkat kepuasan memiliki nilai signifikansi 0.000 dan t-hitung 3.759, yang berarti juga signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman positif pengguna terhadap kualitas layanan, harga, dan kemudahan transaksi turut memperkuat keputusan mereka untuk terus menggunakan *LinkAja Syariah*. Kepuasan yang tinggi juga dapat mendorong loyalitas dan rekomendasi kepada pengguna lain. Putri Aulia Nasution yang juga meneliti bahwa kepuasan pengguna *LinkAja Syariah* terbentuk dari kepercayaan dan kualitas layanan yang dirasakan.

Hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 500.260 dengan signifikansi 0.000, yang menunjukkan bahwa keempat variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini mengindikasikan bahwa kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan, dan kepuasan secara bersama-sama memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku penggunaan *LinkAja Syariah* oleh mahasiswa. Selain itu, Nilai R Square sebesar 0.966 dan Adjusted R Square sebesar 0.964 menunjukkan bahwa sebesar 96,6% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel bebas. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi sangat kuat dan menjelaskan hampir seluruh variasi dalam keputusan pembelian mahasiswa terhadap aplikasi *LinkAja Syariah*.

KESIMPULAN

Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah penggunaan *LinkAja Syariah* dirasakan oleh mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka dalam mengambil keputusan untuk menggunakan aplikasi tersebut dalam melakukan transaksi.

Variabel kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Mahasiswa cenderung menggunakan *LinkAja Syariah* karena manfaat fungsional yang ditawarkan seperti efisiensi waktu, kemudahan akses, dan fitur syariah yang sesuai dengan nilai keagamaan mereka.

Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap keamanan dan kredibilitas layanan *LinkAja Syariah*, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menggunakannya dalam melakukan transaksi digital.

Variabel tingkat kepuasan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kepuasan mahasiswa terhadap kinerja dan layanan aplikasi *LinkAja Syariah* menjadi salah satu faktor pendorong dalam mengambil keputusan pembelian.

Secara simultan, Keempat variabel bebas tersebut (kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan, dan kepuasan) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi 0.000 pada uji F dan nilai Adjusted R Square sebesar 0.964, yang menunjukkan bahwa 96,4% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut.

REFERENSI

- Ade, Riani. Replita, Arti Damisa, D. B. (2022). IAIN Padangsidimpuan Students Perceptions Of Internet Banking Service Security In Islamic Banking Transactions. *Journal Of Sharia Banking, Vol.3, No. 1.*
- Arikunto, Suharsimi. (2016). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barnawi Dan M. Arifin. (2016). *Teknik Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Bungin, Burhan. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Conni, Chairunnisa. (2017). *Metode Penelitian Ilmiah Aplikasi Dalam Pendidikan Dan Sosial*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hardana, Ali. Abdul Nasser Hasibuan. dan E. (2022). Effect Of Operating Costsonal Operating Income (BOPO) And Non Performing Financing (NPF) In PT.Bank Rakyat Syariah, TBK For The Period 2009-2017. ., *Journal Of Sharia Banking, Vol.1, No.2*
- Hartono, Jogyanto. (2018). *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Indah, Eva. Abdul Nasser Hasibuan, Ali Hardana, R. A. (2021). Determinants Of Costumer Loyalty. *Journal Of Sharia Banking, Vol. 2, No.1*
- Lubis, Rukiah. Maisarah Lubis, I. S. (2023). Analisis kontribusi Dan Interaksi Antara Inflasi, Ekspor, Impor Dan Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Dengan Pendekatan VAR. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya, Vol.11, No. 2.*
- Fauzan, M. Ismul Fakhri Lubis, Harry Irawan, Ananda Anugrah Nasution, Nando Fahrizal, Raja Zainal Abidin Harahap, W. K. N. (2024). *Perbankan Digital, Era Baru Layanan Keuangan*. Medan: Merdeka Kreasi.
- Fauzan, M. Sri Kumala Sari, J. T. H. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Tingkat Kelayakan Barang Lelang Pada Kejaksaan Negeri Simalungun Menggunakan Metode Promethe. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Riset Information Science (SENARIS), Vol. 1, No. 1.*
- Rizki, Luthfi Nur Dan Bowo Santoso. (2023). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shoping Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pelanggan Menggunakan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa, Vol 1, No. 4.*
- Samara, Aldi Dan Metta Susanti. (2023). Pengaruh Kemudahan Pengguna, Pengalaman Pengguna, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di kalangan Mahasiswa Universitas budhi Dharma. *Jurnal Riset Akuntansi, Vol 1, No. 2.*
- Silva, Isabella Dinda, Angreini Yunita dan F. R. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Money Dengan Pemahaman Tekhnologi Sebagai Variabel Intervening. ., *Journal of Economics and Business, Vol 1, No. 1.*
- Srikandi, Devi. Sarmiana Batubara, N. (2022). Determinan Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Berbagai Ziswaf. *JISFIM: Journal of Islamic Social Finance Management, Vol.3, No. 1.*
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Swarjana, I Ketut. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tukey, John Wilder. (1977). *Exploratory Data Analysis*. Addison: Wesley Publishing Company. Winda,

Chatarina Odilia Dan Andy. (2022). Pengaruh Sistem Aplikasi E-Wallet, Kualitas produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Citra Raya. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Bisnis, Vol 1, No.3*