

Analisis Minat Berinfak Menggunakan QRIS: Studi Empiris Jamaah Masjid di D.I.Yogyakarta

Umi Kulsum

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Email: umiklts@gmail.com

Alex Fahrur Riza

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Email: alex.riza@uin-suka.ac.id

Received: 1 November 2024, Accepted: 4 November 2024, Published: 30 November 2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran infak bagi jamaah masjid di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Menggunakan Technology Acceptance Model yang di modifikasi dengan variable trust dan perceived risk. Populasi dalam penelitian ini adalah jamaah masjid di D.I. Yogyakarta yang pernah berinfak menggunakan QRIS. Sampel yang digunakan berjumlah 139 responden yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner secara daring dan luring. Teknik analisis yang digunakan adalah PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived ease of use dan trust berpengaruh positif terhadap attitude toward using. Perceived usefulness tidak berpengaruh terhadap attitude toward using. Perceived ease of use berpengaruh positif terhadap perceived usefulness. Sementara itu, perceived risk tidak berpengaruh terhadap attitude toward using. Perceived risk berpengaruh negatif terhadap trust. Adapun attitude toward using berpengaruh positif terhadap intention to use QRIS sebagai alat pembayaran infak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa attitude toward using memiliki kontribusi terbesar terhadap intention to use QRIS. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bank syariah dan takmir masjid untuk terus berkolaborasi dalam mengedukasi jamaah terkait penggunaan QRIS sebagai langkah untuk mempermudah serta meningkatkan minat penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran infak.

Kata Kunci: QRIS, Infak Masjid, Model Penerimaan Teknologi, Kepercayaan, Persepsi Risiko

ABSTRACT

This study aims to examine QRIS as a payment tool for donations among mosque congregants in the Special Region of Yogyakarta. Utilizing a modified Technology Acceptance Model incorporating the variables of trust and perceived risk, the research population consists of mosque attendees in D.I. Yogyakarta who have previously donated using QRIS. A sample of 139 respondents was collected through both online and offline questionnaire distribution. The analysis technique employed is PLS-SEM. The findings indicate that perceived ease of use and trust positively influence attitudes toward using QRIS. Conversely, perceived usefulness does not significantly affect attitude toward using. Additionally, perceived ease of use positively impacts perceived usefulness, while perceived risk does not influence attitude toward using. However, perceived risk negatively affects trust. Notably, the attitude toward using QRIS positively correlates with intending to use it for donation purposes. The results suggest that attitude toward QRIS is the most significant contributor to the intention to use it. This study is expected to serve as a reference for Islamic banks and mosque management in fostering collaboration to educate congregants about QRIS, facilitating its adoption and enhancing interest in using QRIS as a payment method for donations.

Keywords: QRIS, Infaq-Mosque, Technology Acceptance Model, Trust, Perceived Risk

PENDAHULUAN

Digital payment atau pembayaran digital semakin populer seiring dengan meningkatnya pemakaian *smartphone* dan peningkatan akses terhadap internet. Bank Indonesia turut mendukung kemajuan pembayaran digital melalui Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan uang non-tunai (*Society Less Cash*) (Utari & Pertiwi, 2021). Pembayaran non-tunai dapat dilakukan melalui kartu sebagai alat pembayaran (kartu ATM, kartu debit, dan kartu kredit), *mobile banking*, hingga dompet digital (*e-wallet*) (Tarantang *et al.*, 2019). Munculnya fenomena *less cash society* ini dimanfaatkan perusahaan-perusahaan teknologi finansial sebagai peluang untuk mengembangkan sistem pembayaran yang fleksibel dan mudah yang dapat dilakukan tanpa kendala waktu dan tempat. Di Indonesia sendiri terdapat banyak aplikasi dompet digital. Di antara dompet digital yang cukup populer di kalangan masyarakat adalah OVO, GoPay, LinkAja, Shopeepay, DANA, dan lain sebagainya. Dengan keberagaman dompet digital yang ada, pedagang harus menyediakan sejumlah layanan kode QR yang sesuai dengan jumlah aplikasi dompet digital yang tersedia. Merespons adanya permasalahan tersebut, Bank Indonesia sebagai Bank Sentral membuat solusi untuk menghadapi perkembangan dan pertumbuhan teknologi pembayaran digital dengan meluncurkan produk standar kode respons cepat atau disebut *Quick Response (QR) code* yang ditujukan untuk pembayaran pada transaksi melalui aplikasi uang elektronik berbasis server, *mobile banking*, maupun *e-wallet*. Produk *QR code* ini kemudian dinamakan sebagai *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* (Natalina *et al.*, 2021).

Hingga saat ini, Bank Indonesia mencatat penggunaan sistem pembayaran digital *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* terus mengalami peningkatan yang signifikan. Bank Indonesia terus memperkuat kebijakan QRIS untuk mendorong akselerasi digitalisasi ekonomi dan keuangan yang inklusif dan efisien. Menurut informasi dari Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), penggunaan layanan QRIS oleh *merchant* telah menunjukkan pertumbuhan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data yang diperoleh melalui *katadata.co.id*, jumlah *merchant* QRIS pada tahun 2022 mencapai 23.970.000 dengan volume transaksi mencapai 120 juta dan nilai transaksi sebesar 12 triliun. QRIS telah banyak digunakan oleh pedagang mikro, kecil, menengah, dan besar pada berbagai sektor usaha bahkan digunakan juga untuk donasi sosial keagamaan di seluruh provinsi dan kabupaten atau kotamadya. Menurut data yang diperoleh dari *katadata.co.id*, *merchant* pengguna QRIS paling kecil berasal dari sektor donasi/sosial. Jumlah ini masih terhitung kecil jika dibandingkan dengan potensi dana sosial keagamaan yang begitu besar khususnya bagi umat Islam di Indonesia terkait aktivitas transaksi zakat, infak, sedekah, dan aktivitas keuangan lainnya. Apalagi hal ini juga didukung oleh sumber daya manusia yang cukup besar dilihat dari total masyarakat muslim yang saat ini mencapai 237,55 juta jiwa atau setara dengan 86,7% dari total populasi masyarakat di Indonesia.

Zakat, infak, dan sedekah merupakan salah satu hal yang diperintahkan dalam ajaran agama Islam. Dalam Islam, pembayaran zakat, infak, dan sedekah adalah kewajiban dan anjuran yang bertujuan untuk mensejahterakan dan memberdayakan umat (Syafiq, 2018). Zakat disebut juga sebagai sedekah wajib atau infak wajib. Selain zakat, terdapat istilah lain seperti infak dan sedekah. Infak merujuk pada harta yang dikeluarkan oleh individu atau badan usaha di luar kewajiban zakat dengan tujuan untuk kebaikan umum. Sedekah merujuk pada harta atau non-harta yang diberikan oleh individu atau badan usaha di luar kewajiban zakat dengan tujuan kebaikan umum (Aini & Mundir, 2020). Oleh karena itu dari pengertian di atas, aktivitas zakat maupun sedekah disebut juga sebagai bagian dari infak.

Di Indonesia sendiri, berdasarkan UU No.23 Tahun 2011, praktik pengumpulan zakat telah dilakukan oleh berbagai lembaga pengelola zakat seperti Badan Amil Zakat (BAZ) yang didirikan oleh pemerintah dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dibentuk oleh masyarakat dan mendapat persetujuan pemerintah. Terlepas dari berdirinya lembaga-lembaga filantropi Islam

seperti BAZ dan LAZ, pengelolaan ZIS sejatinya bukan hanya tanggung jawab pemerintah. Pengelolaan ZIS dalam realitanya masih membutuhkan peran dari masyarakat dan lembaga amal zakat yang diselenggarakan oleh masyarakat itu sendiri seperti baitul maal yang terdapat pada masjid. Keberadaan masjid di tengah-tengah masyarakat juga berperan untuk mengelola zakat, infak, dan sedekah dengan model pengumpulan, pendistribusian, pendayagunaan, serta manajemen sumber daya manusia pengelola ZIS (Rido & Fahmi, 2018). Mengutip dari data Kementerian Agama, tercatat bahwa Indonesia memiliki total 290.161 masjid per Mei 2022 yang tersebar di seluruh provinsi. Dengan melihat jumlah masjid yang sangat besar dibandingkan jumlah badan dan lembaga filantropi Islam seperti lembaga zakat menunjukkan bahwa sebetulnya pengelolaan zakat, infak, dan sedekah di masyarakat sangat efektif dan efisien jika dilakukan di masjid (Afif, 2020).

Oleh karena itu, guna mendukung peningkatan merchant QRIS sekaligus optimalisasi dana ZIS di Indonesia, pada akhir tahun 2021 Bank Syariah Indonesia sebagai satu-satunya bank syariah berplat merah bersinergi dengan Dewan Masjid Indonesia (DMI) untuk mengoptimalkan dan memudahkan kegiatan transaksi zakat, infak, sedekah, dan wakaf di masyarakat melalui layanan QRIS. Penandatanganan kesepakatan kerja sama tersebut dilakukan oleh Direktur Information Technology BSI Achmad Syafii dan Sekretaris Jenderal DMI Imam Addaruqutni serta disaksikan oleh Direktur Utama BSI Herry Gunardi, Ketua Umum DMI H. Jusuf Kalla, Ketua Bidang Pemberdayaan Ekonomi dan Kewirausahaan DMI Sofyan Djalil, dan Imam Besar Masjid Istiqlal Nasarudin Umar. BSI berkomitmen untuk menyediakan layanan QRIS bagi masjid-masjid di bawah naungan DMI untuk mempermudah penerimaan kas dan ZIS secara cashless serta untuk mengoptimalkan potensi ZISWAF yang mencapai Rp500 triliun.

Saat ini penggunaan QRIS sebagai sarana pembayaran infak digital telah tersebar di seluruh wilayah Indonesia tak terkecuali di wilayah Yogyakarta. Pengurus Wilayah Dewan Masjid Daerah Istimewa Yogyakarta (PW DMI DIY) telah menjalin kerja sama dengan Bank Syariah Indonesia melalui pemberian QRIS 1000 masjid yang telah ditandatangani pada 21 November 2022 di Aula Kanwil Kemenag DIY. Penggunaan QRIS sebagai salah satu fasilitas pembayaran infak dapat ditemui di beberapa masjid di wilayah Yogyakarta. Kini infak di masjid pun jauh lebih praktis dan modern setelah penggunaan QRIS BSI sebagai salah satu alat pembayaran. Pembayaran infak tidak terbatas pada penggunaan uang tunai saja, melainkan dapat dilakukan melalui berbagai e-wallet atau layanan mobile banking. Jamaah cukup memindai kode QR yang terpasang di masing-masing kotak amal melalui e-wallet atau m-banking mereka.

Disampaikan oleh Direktur Utama Bank Syariah Indonesia Hery Gunardi, per September 2024 ini kotak amal yang dilengkapi QRIS membuat masjid se-Indonesia bisa mengumpulkan Rp. 6,24 triliun yakni 33.53% dari tahun 2023. Tentu saja kehadiran QRIS untuk mendukung digitalisasi ekonomi pada masjid tentu tidak dapat terealisasi jika tidak terdapat dukungan serta penerimaan dari para jamaah. Salah satu bentuk penerimaan teknologi di masyarakat dapat diketahui melalui seberapa besar minat seseorang dalam menggunakan teknologi. Oleh karena itu, untuk mengetahui tingkat minat seseorang terutama bagi para jamaah masjid untuk menggunakan suatu teknologi pembayaran digital dapat diteliti lebih lanjut melalui pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Technology Acceptance Model* merupakan suatu model yang digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi (Davis, 1989). Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi penggunaan sebuah teknologi sesuai pendapat Davis (1989) yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, dan *intention to use*. Akan tetapi, menerapkan TAM dalam bentuk aslinya tanpa melakukan perluasan, umumnya dianggap sebagai praktik teoritis yang lazim dan kemungkinan tidak mampu memberikan penjelasan yang memadai mengenai cara pengguna menerima teknologi secara komprehensif. Oleh karena itu, dengan memperluas model dapat meningkatkan penjelasan pada kekuatan model (Alshammari & Rosli, 2020). Dalam konteks berbasis teknologi, TAM merupakan literatur yang sangat penting untuk dijadikan model penelitian, begitu pula dengan persepsi risiko (*perceived risk*) dan

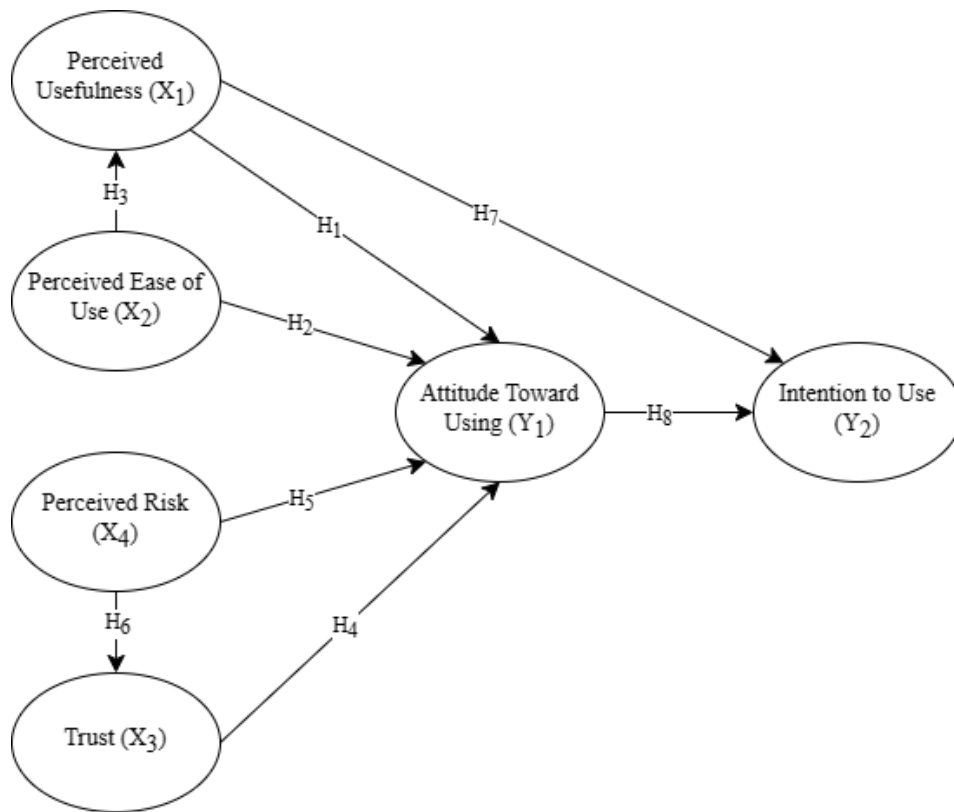
kepercayaan (*trust*) yang merupakan bentuk ketidakpastian dalam konteks transaksi online. Hal tersebut merupakan faktor-faktor yang masuk akal untuk ditambahkan pada model TAM dan diteliti lebih lanjut (Pavlou, 2003).

Alalwan et al. (2016) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai bentuk keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi atau inovasi tertentu akan meningkatkan performa pekerjaannya. Seseorang akan memanfaatkan suatu teknologi jika ia menyadari adanya keuntungan positif dari penggunaan teknologi tersebut. Penelitian Aprilia & Santoso (2020) menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *attitude toward using* aplikasi e-wallet. Hasil serupa juga didapatkan dalam penelitian Gunawan et al (2019), Hart & Laher (2015), dan Moon et al. (2023). Sementara itu, pada penelitian Wijayanti et al. (2019) menyatakan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *intention to use digital banking*. Penelitian dengan hasil yang sama juga diperoleh melalui beberapa penelitian oleh Purnamasari et al. (2021), Hamid et al. (2016), dan Moslehpour et al. (2018).

Perceived ease of use merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi akan mengurangi upaya yang berlebih pada pekerjaannya (Indarsin & Ali, 2017). Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan atau *perceived ease of use* dalam menggunakan teknologi merupakan tingkat keyakinan individu bahwa memakai sistem tertentu akan terbebas dari kesalahan. Persepsi ini akan berdampak pada perilaku (*attitude*), yakni semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan suatu sistem, maka akan berdampak positif terhadap sikap individu dalam menerima suatu teknologi. Penelitian oleh Ramadya (2022) menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using mobile banking*. Beberapa penelitian dengan hasil yang sama juga telah dibuktikan oleh Larasati & Andjarwati (2019), Kumar et al. (2020), dan Chang et al (2012). Selain itu, Pavlou (2003) menyatakan bahwa terdapat korelasi positif antara *perceived ease of use* dengan *perceived usefulness*. Hal ini didukung penelitian oleh Brilliana et al. (2020), Astuti & Prijanto (2021), Sarmah et al. (2021), dan Gupta & Sahu (2022) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.

Kepercayaan (*trust*) menjadi salah satu prediktor dasar dari penggunaan teknologi. Kepercayaan juga dianggap sebagai elemen krusial yang dapat mempengaruhi transaksi daring karena *user* tidak dapat mengendalikan merchant secara langsung (Roca et al., 2008). Ketika seseorang yakin bahwa informasi yang diberikan oleh penyedia layanan dapat diandalkan, maka mereka akan memiliki sikap positif terhadap penggunaan (Hoang et al., 2021). Penelitian oleh Juhri & Dewi (2017) menyatakan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using e-money*. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Susanto & Sugiyanto (2021), Fahmi (2018), dan Ayoungman et al. (2021).

Pavlou (2003) menyatakan bahwa *perceived risk* merupakan kepercayaan subyektif pengguna bahwa terdapat kemungkinan terjadinya risiko kerugian akibat penggunaan suatu teknologi pembayaran digital. Menurut Dimitris & Kyrezis (2010) dalam Koenig-Lewis et al. (2015), *perceived risk* merupakan salah satu faktor penting yang mampu mengevaluasi penggunaan layanan keuangan digital. Menurut Polasik & Wisniewski (2009), *perceived risk* terbukti memiliki hubungan negatif dan signifikan terhadap *attitude towards using internet services*. Hal ini sejalan dengan penelitian Hu et al. (2019), Zhu et al. (2011), dan Prayogo et al. (2021). Selain itu, dalam konteks penggunaan teknologi perbankan, persepsi risiko mampu memengaruhi kepercayaan seseorang pada saat menggunakannya. Apabila risiko yang dirasakan pada saat menggunakan teknologi perbankan tinggi, maka kepercayaan mereka terhadap teknologi tersebut akan semakin rendah dan sebaliknya. Pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Prakosa & Sumantika (2019). Hasil penelitian lain serupa sjsuga dilakukan oleh Hu et al. (2019) dan Rouibah et al. (2016).



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Davis (1989) mengemukakan bahwa sikap terhadap penggunaan teknologi informasi (*attitude toward using*) merupakan faktor kuat yang dapat menentukan apakah sistem akan digunakan oleh seseorang tidak. Sikap ini dikonseptualisasikan sebagai pandangan terhadap penggunaan sistem, yang dapat berbentuk penerimaan atau penolakan. Dukungan untuk pernyataan tersebut dapat ditemukan dalam hasil penelitian Sochiffan (2022) yang menyatakan bahwa sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan QRIS sebagai *payment method*. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian oleh Afandi *et al.* (2020), Himel *et al.* (2021), dan Munoz-Leiva *et al.* (2017).

METODE

Penelitian ini menerapkan desain penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. Selain itu, penelitian ini merupakan *survey research* di mana penelitian dilakukan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari seluruh jamaah masjid yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun berdasarkan laporan rekap data masjid dan mushalla Kemenag DIY menyebutkan bahwa di DIY terdapat 8.450 masjid dengan tipologi masjid yaitu: 1 masjid raya, 5 masjid agung, 87 masjid besar, 7.108 masjid jami', 35 masjid besejarah, dan 1.214 masjid di tempat publik. Penelitian ini menerapkan metode *purposive sampling*, dengan responden yang digunakan sebagai sampel memiliki kriteria: a) Jamaah dari masjid yang sudah menggunakan QRIS di DIY; b) Menggunakan *mobile banking* atau *e-wallet*; c) Sudah pernah berinfak melalui QRIS. Adapun teknik penentuan jumlah sampel mengacu

pada Hair Jr. et al. (2010) yang digunakan dalam SEM (Structural Equation Model) 5 – 10 kali lipat dari variable operasional.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan SEM berbasis PLS. dianggap sebagai metode analisis yang powerful karena metode ini tidak didasarkan pada banyaknya asumsi. Pendekatan ini disebut juga sebagai *distribution free* di mana dalam metode ini tidak mengasumsikan data tertentu, dapat berupa kategori, interval, rasio, atau nominal (Ghozali, 2008:17). Dalam pelaksanaan pengujian hipotesis dengan menggunakan SEM-PLS, diperlukan dua tahap analisis, yakni analisis pada *outer model (measurement model)* dan analisis pada *inner model (structural model)*.

Analisis Outer Model (Measurement Model)

Analisa *outer model* berfungsi untuk memastikan bahwa *measurement* yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Adapun jenis pengujian dalam analisis ini terdiri dari uji validitas (validitas konvergen & validitas diskriminan) dan uji reliabilitas.

a. Validitas konvergen

Convergent validity atau validitas konvergen merupakan indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antara *component score/item score* dan *construct score*. Ukuran reflektif individual dengan konstruk yang ingin diukur dikatakan tinggi jika mencapai korelasi $>0,7$. Selain itu, pengukuran ini juga dilihat dari nilai AVE (*Average Variance Extracted*) yang diharapkan untuk memenuhi uji validitas konvergen ialah $>0,5$.

b. Validitas diskriminan

Penilaian validitas diskriminan dilakukan dengan membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang bersangkutan dengan nilai *loading* pada konstruk lainnya, dengan persyaratan nilai *loading* lebih besar pada konstruk yang dimaksud.

c. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan cara melihat indikator refleksi berdasarkan nilai *composite reliability* yang memiliki nilai $>0,7$ dan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* yang harus lebih dari 0,6 pada konstruk yang diteliti.

Analisis Inner Model (Structural Model)

Analisis *inner model* atau model struktural pada dasarnya bertujuan untuk menguji keterkaitan antara variabel laten, termasuk variabel eksogen maupun endogen. Analisis inner model terdiri atas uji *R-square* (R^2), *predictive relevance* (Q^2), *path coefficient*, dan uji T-statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil responden pada penelitian ini menjelaskan karakteristik demografi dari individu yang telah mengisi kuesioner. Responden pada penelitian ini adalah para jamaah masjid di DIY yang sudah pernah berinfak menggunakan QRIS sebanyak 139 responden. Responden berasal berasal dari jamaah masjid tersebar pada dua puluh masjid yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Kota Yogyakarta diwakili oleh lima masjid, Kabupaten Sleman diwakili oleh sepuluh masjid, Kabupaten Bantul diwakili oleh empat masjid, Kabupaten Kulon Progo diwakili oleh satu masjid, dan Kabupaten Gunungkidul diwakili oleh satu masjid. Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan domisili, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pendapatan, profesi, dan lama menggunakan QRIS.

Tabel 1. Karakteristik Responden

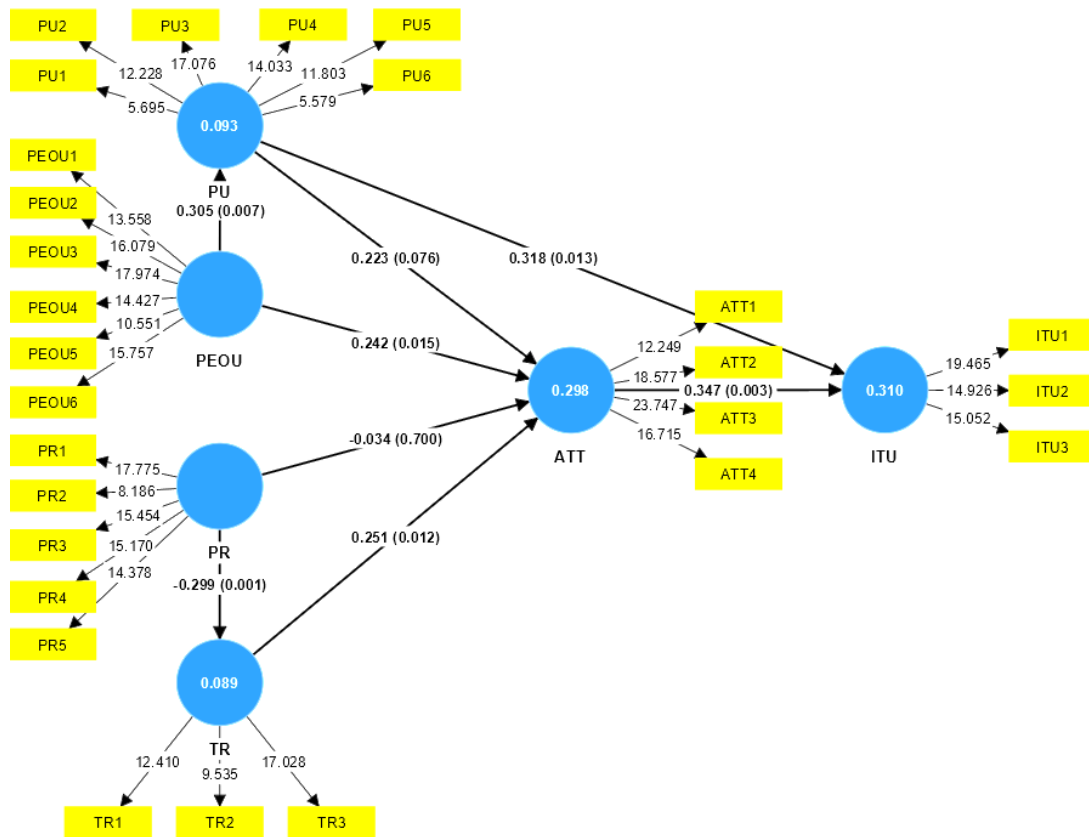
Keterangan		Jumlah	Persentase
Berdasarkan Domisili	Kota Yogyakarta	58	42%
	Kabupaten Sleman	44	32%
	Kabupaten Bantul	29	21%
	Kabupaten Kulon Progo	5	4%
	Kabupaten Gunungkidul	3	2%
Jenis Kelamin	Laki-laki	82	59%
	Perempuan	57	41%
Berdasarkan Usia	≤ 20 tahun	4	3%
	21 – 30 tahun	85	61%
	31 – 40 tahun	35	25%
	41 – 50 tahun	12	9%
	> 50 tahun	3	2%
Berdasarkan Pendidikan Terakhir	SMA/Sederajat	53	38%
	D1/D2/D3	15	11%
	D4/S1	65	47%
	S2/S3	6	4%
	Lainnya	0	0%
Berdasarkan Profesi	Karyawan	35	25%
	Pelajar/mahasiswa	33	24%
	Wiraswasta	25	18%
	Wirausaha	19	14%
	Pegawai Negeri	14	10%
	Lainnya	13	9%
Berdasarkan Tingkat Pendapatan	< Rp 1.000.000	24	17%
	Rp 1.000.001 - 3.000.000	59	42%
	Rp 3.000.001- 5.000.000	34	24%
	Rp 5.000.001-10.000.000	16	12%
	> Rp 10.000.000	6	4%
Berdasarkan Lama Penggunaan QRIS	< 3 bulan	13	9%
	3 – 6 bulan	14	10%
	6 bulan – 1 tahun	36	26%
	1 – 2 tahun	43	31%
	> 2 tahun	33	24%
Berdasarkan Jenis Penggunaan Mobile Banking atau E-wallet	Bank Syariah	53	-
	Bank Konvensional	74	-
	Dompot Digital	97	-

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa persebaran responden cukup merata di berbagai kalangan masyarakat berdasarkan domisili, jenis kelamin, usia, profesi, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan. Hal ini dapat dikatakan bahwa sampling dinilai cukup baik. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SEM-PLS di mana didalamnya terdapat dua analisis, yaitu analisis *outer model* dan *inner model*. Tabel 2 di bawah ini menyajikan hasil analisis *outer model*.

Tabel 2. Analisis Outer Model

Variabel	Indikator	<i>Factor Loading</i>	<i>Average Variance Extracted</i>	<i>Discriminant Validity</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Attitude Toward Using</i>	ATT 1	0.732	0.591	0.768	0.774
	ATT2	0.761			
	ATT3	0.807			
	ATT4	0.772			
<i>Intention to Use</i>	ITU1	0.829	0.652	0.808	0.748
	ITU2	0.785			
	ITU3	0.808			
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEOU1	0.730	0.541	0.736	0.840
	PEOU2	0.764			
	PEOU3	0.779			
	PEOU4	0.711			
	PEOU5	0.689			
	PEOU6	0.737			
<i>Perceived Risk</i>	PR1	0.904	0.698	0.835	0.932
	PR2	0.709			
	PR3	0.872			
	PR4	0.876			
	PR5	0.801			
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	0.626	0.542	0.736	0.852
	PU2	0.769			
	PU3	0.835			
	PU4	0.815			
	PU5	0.756			
	PU6	0.582			
<i>Trust</i>	TR1	0.848	0.636	0.798	0.740
	TR2	0.697			
	TR3	0.839			

Dari Tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa meskipun beberapa nilai *loading factor* pada beberapa indikator (PEOU5, PU1, PU6, dan TR2) berada $<0,7$, tetapi menurut Hair *et al.* dalam Sarwono & Narimawati (2015) nilai *factor loading* $>0,5$ telah memenuhi syarat dan dianggap signifikan secara praktikal. Selain itu, nilai AVE pada Tabel 2 masing-masing variabel menunjukkan $>0,5$. Hal ini membuktikan bahwa variabel pada penelitian ini telah memenuhi kriteria dan dinyatakan valid. Nilai *discriminant validity* pada Tabel 2 menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai $>0,7$ sehingga validitas konvergen dinyatakan telah terpenuhi. Sementara itu, nilai *composite reliability* pada Tabel 2 menunjukkan bahwa masing-masing variabel bernilai $>0,7$ yang artinya telah memenuhi persyaratan sehingga dinyatakan reliabel. Berikut ini merupakan hasil evaluasi *inner model* yang diperoleh melalui olah data menggunakan aplikasi *SmartPLS*.



Gambar 2. Analisis Inner Model

Gambar 2 di atas merupakan keseluruhan model akhir di mana terdapat dua variabel yang tidak memiliki pengaruh yaitu *perceived usefulness* dan *perceived risk* terhadap *attitude toward using*.

Tabel 3. Analisis Inner Model

Hipotesis	Path Coefficient	T statistics	P values	Keterangan
H1: PU => ATT	0.223	1.774	0.076	Ditolak
H2: PEOU => ATT	0.242	2.439	0.015	Diterima
H3: PEOU => PU	0.305	2.683	0.007	Diterima
H4: TR => ATT	0.251	2.502	0.012	Diterima
H5: PR => ATT	-0.034	0.385	0.700	Ditolak
H6: PR => TR	-0.299	3.226	0.001	Diterima
H7: PU => ITU	0.318	2.484	0.013	Diterima
H8: ATT => ITU	0.347	2.922	0.003	Diterima

Tabel 3. menunjukkan hasil uji hipotesis pada analisis *inner model*. Dimensi *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* memiliki nilai koefisien positif (0,223) dengan nilai *T-statistic* sebesar 1,774 (<1,96) dengan *P-values* 0,076 (<0,05) yang artinya tidak berpengaruh. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa hipotesis pertama (H1) ditolak dan disimpulkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap *attitude toward using*. Fasilitas QRIS yang disediakan oleh masjid sebagai sarana berinfak memang secara keseluruhan bermanfaat bagi para jamaah seperti dapat mempercepat proses pembayaran dan meningkatkan efektivitas pembayaran. Akan tetapi, hadirnya teknologi pembayaran berupa QRIS ini nyatanya tidak dapat dijadikan alasan bagi beberapa jamaah untuk meningkatkan aktivitas dan produktivitas infak mereka. Artinya, keberadaan suatu teknologi pembayaran belum mampu memengaruhi sikap jamaah untuk berinfak menggunakan QRIS.

Pernyataan ini didukung oleh penelitian dari Wijaya *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap *attitude toward using e-wallet* pada mahasiswa. Dan penelitian Widanengsih (2021) tentang penggunaan Mobile Banking. Serta Penelitian Tyas dan Darma (2017) terkait adopsi penggunaan teknologi informasi di BMT wilayah D.I. Yogyakarta.

Terlihat bahwa dimensi *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* memiliki nilai koefisien positif (0,242) dengan nilai *T-statistic* sebesar 2,439 ($>1,96$) dan *P-values* 0,015 ($<0,05$) yang artinya berpengaruh secara signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima dan disimpulkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*. Para responden merasa bahwa secara umum QRIS mudah untuk dipelajari serta mudah untuk digunakan. Pengguna cukup memindai barcode pada kode QR yang ditempelkan untuk melakukan transaksi. Selain itu, pengguna hanya perlu menyiapkan jaringan internet pada ponsel mereka dan membuka aplikasi baik itu *mobile banking* atau *e-wallet* yang dimiliki. Faktor-faktor kemudahan yang dirasakan oleh mayoritas responden dalam menggunakan QRIS menimbulkan sikap yang positif terhadap penggunaan QRIS sebagai sarana untuk berinfak. Temuan ini konsisten dengan penelitian oleh Wijaya *et al.* (2021) juga menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using e-wallet* pada mahasiswa. Hasil yang sama juga ditemukan pada penelitian Pangastuti & Riza (2023), Wulandari *et al.* (2023); Kumar *et al.* (2020); Riza & Hafizi (2019).

Berdasarkan Tabel 3 di atas diketahui bahwa dimensi *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* memiliki nilai koefisien positif (0,305) dengan nilai *T-statistic* sebesar 2,683 ($>1,96$) dengan *P-values* 0,007 ($<0,05$) yang artinya berpengaruh secara signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa hipotesis 3 (H3) diterima dan disimpulkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*. Bagi mayoritas responden, penggunaan QRIS dianggap lebih fleksibel dibandingkan dengan pembayaran secara konvensional. Fleksibilitas ini menimbulkan manfaat tersendiri bagi para jamaah ketika mereka akan melakukan pembayaran infak menggunakan QRIS. Jamaah tidak lagi memerlukan uang *cash* untuk membayar infak dan pembayarannya dapat dilakukan melalui berbagai mobile banking atau *e-wallet* yang dimiliki tanpa takut dikenai biaya admin sehingga aktivitas infak terasa lebih efektif dan efisien. Oleh karena itu, faktor-faktor kemudahan yang dirasakan oleh mayoritas responden menimbulkan persepsi manfaat penggunaan QRIS untuk berinfak. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian-penelitian terdahulu seperti Ramadya (2022) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* pada penggunaan *mobile banking*.

Adapun dimensi *trust* terhadap *attitude toward using* memiliki nilai koefisien positif (0,251) dengan nilai *T-statistic* sebesar 2,502 ($>1,96$) dengan *P-values* sebesar 0,012 ($<0,05$) yang artinya berpengaruh secara signifikan. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa hipotesis 4 (H4) diterima dan disimpulkan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*. Mayoritas responden percaya pada penyedia layanan QRIS dalam memproses transaksi pembayaran infak mereka. Responden percaya bahwa penyedia layanan QRIS dapat mengelola transaksi dengan baik serta mampu menjaga keamanan saat bertransaksi. Berinfak menggunakan QRIS dianggap lebih aman daripada menggunakan uang *cash*. Membayar infak melalui QRIS dapat mengurangi adanya risiko pencurian uang dari oknum yang tidak bertanggung jawab. Hal ini karena pada saat kita berinfak menggunakan QRIS, maka uang yang kita berikan akan langsung masuk ke dalam rekening masjid. Adanya kepercayaan yang tinggi dari para responden terhadap penyedia layanan QRIS ini menimbulkan sikap yang positif terhadap penggunaan QRIS sebagai sarana untuk membayar infak. Pernyataan ini selaras dengan beberapa penelitian sebelumnya seperti pada penelitian Rismalia & Sugiyanto (2022) yang menyatakan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan

terhadap sikap penggunaan uang elektronik pada aplikasi DANA. Ayoungman *et al.* (2021) juga menyatakan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use* produk *fintech*. *Trust* juga menjadi predictor yang kuat dalam penggunaan suatu teknologi (Riza, 2021).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *perceived risk* terhadap *attitude toward using* memiliki nilai koefisien negatif (-0,034) dengan nilai *T-statistic* sebesar 0,385 (<1,96) dengan *P-values* sebesar 0,700 (>0,05) yang berarti tidak berpengaruh. Hasil ini membuktikan bahwa hipotesis 5 (H5) ditolak dan dapat disimpulkan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *attitude toward using*. Secara umum, responden merasa bahwa penggunaan QRIS sejauh ini dianggap cukup aman dan minim risiko. Persepsi risiko yang cenderung rendah tidak akan berpengaruh terhadap sikap penggunaan QRIS. Persepsi risiko yang rendah akan menimbulkan sikap yang baik pada penggunaan QRIS. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hu *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *attitude toward using fintech services*. Penelitian oleh Bashir & Madhavaiah (2015) juga menemukan hasil yang sama di mana *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan *internet banking*.

Kemudian, diketahui bahwa dimensi *perceived risk* terhadap *trust* memiliki nilai koefisien negatif (-0,299) dengan nilai *T-statistic* sebesar 3,226 (>1,96) dengan *P-values* sebesar 0,001 (<0,05) yang artinya berpengaruh signifikan. Hasil ini mengkonfirmasi bahwa hipotesis 6 (H6) diterima dan dapat disimpulkan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *trust*. Responden merasa bahwa penggunaan QRIS sejauh ini memiliki kemungkinan-kemungkinan negatif. Responden merasa bahwa masih terdapat kemungkinan terjadinya error atau kesalahan proses transaksi serta terjadinya penipuan atau kehilangan uang ketika bertransaksi menggunakan QRIS. Adanya berbagai kemungkinan risiko yang masih dirasakan menyebabkan penurunan kepercayaan kepada penyedia layanan QRIS. Penggunaan QRIS yang dianggap masih memiliki berbagai risiko dapat berpengaruh negatif terhadap kepercayaan pengguna terhadap penyedia layanan. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri *et al.* (2023) di mana pada penelitiannya menyatakan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *trust* pada penggunaan *e-money*. Al Nawayseh (2020) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *trust* dalam menggunakan aplikasi *fintech*.

Riset ini menunjukkan bahwa dimensi *perceived usefulness* terhadap *intention to use* memiliki nilai koefisien positif (0,318) dengan nilai *T-statistic* sebesar 2,484 (>1,96) dengan *P-values* sebesar 0,013 (<0,05) yang artinya berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa hipotesis 7 (H7) diterima dan dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Mayoritas responden menyetujui bahwa penggunaan QRIS memiliki berbagai manfaat. Bagi para pengguna, QRIS secara keseluruhan bermanfaat untuk mempercepat proses pembayaran, meningkatkan aktivitas, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas, dan memudahkan aktivitas pembayaran infak. Adanya berbagai manfaat yang dirasakan menimbulkan motivasi atau minat responden dalam menggunakan QRIS khususnya untuk membayar infak. Semakin besar manfaat yang dirasakan ketika menggunakan QRIS, maka semakin besar pula keinginan seseorang untuk terus menggunakannya. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rewah *et al.* (2022) menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan *e-wallet*. Ariningsih *et al.* (2022) dalam penelitiannya juga menyatakan hasil yang sama di mana *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use e-wallet*.

Tabel 4. Nilai R-square

Variabel	Nilai R-square
ATT	0.298
ITU	0.310
PU	0.093
TR	0.089

Sedangkan dimensi *attitude toward using* terhadap *intention to use* memiliki nilai koefisien positif (0,337) dengan nilai *T-statistic* sebesar 2,922 (>1,96) dengan *P-values* sebesar 0,003 (<0,05) yang artinya berpengaruh signifikan. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa hipotesis 8 (H8) diterima dan dapat disimpulkan bahwa *attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Mayoritas responden beranggapan bahwa penggunaan QRIS untuk berinfak merupakan ide yang baik, nyaman digunakan, bermanfaat, dan menarik. Sikap positif ini berpengaruh terhadap tingkat ketertarikan atau minat responden untuk memanfaatkan QRIS sebagai sarana pembayaran infak mereka. Semakin tinggi sikap positif pengguna untuk menggunakan QRIS, maka semakin tinggi pula minat pengguna untuk memilih berinfak menggunakan QRIS. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use* M-Banking Bank Syariah (Pangastuti & Riza, 2023) dan *e-wallet* GoPay sebagai alternatif metode pembayaran (Jocelyn & Henryanto, 2022). Sinurat & Sugiyanto (2022) pada penelitiannya menemukan bahwa *attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use mobile wallet*.

Tabel 4 menyajikan nilai *R-square* yang berasal dari hasil analisis *inner model*. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa konstruk dari *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, dan *trust* mampu menjelaskan konstruk *attitude toward using* sebesar 29,8% dan sisanya sebesar 70,2% dipengaruhi oleh variabel lain. Sementara itu, *attitude toward using* dan *perceived usefulness* mampu menjelaskan konstruk *intention to use* sebesar 31% dan sisanya sebesar 69% dipengaruhi oleh variabel lain. Konstruk *perceived ease of use* mampu menjelaskan konstruk *perceived usefulness* sebesar 9,3% dan sisanya 90,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Selain itu, konstruk *perceived risk* mampu menjelaskan konstruk *trust* sebesar 8,9% dan sisanya 91,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa manfaat pada penggunaan teknologi pembayaran QRIS belum mampu menentukan sikap jamaah masjid untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran infak. Kemudian faktor persepsi kemudahan ketika mengoperasikan QRIS mampu mempengaruhi manfaat dan sikap positif jamaah untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran infak. Selain itu Kepercayaan jamaah masjid terhadap penyedia layanan QRIS mampu menentukan sikap positif jamaah untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran infak. Terkait dengan Persepsi risiko yang dirasakan oleh jamaah masjid ketika mengoperasikan QRIS belum mampu menentukan sikap jamaah untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran infak. Dan adanya risiko masih dirasakan oleh jamaah masjid ketika mengoperasikan QRIS menurunkan tingkat kepercayaan jamaah untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran infak. Maka dari itu, Faktor Kemudahan dan Sikap Positif jamaah masjid ketika mengoperasikan QRIS mampu meningkatkan minat jamaah untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran infak.

Pihak bank syariah dan penyedia layanan QRIS diharapkan untuk terus melakukan sosialisasi terkait keamanan penggunaan QRIS. Selain itu, pihak bank syariah juga harus berkolaborasi dengan takmir masjid untuk menciptakan digitalisasi ekonomi di lingkungan masjid itu sendiri khususnya terkait penggunaan QRIS sebagai sarana berinfak. Melalui dukungan bank syariah, takmir masjid nantinya diharapkan mampu mensosialisasikan serta melakukan tindakan persuasif terkait penggunaan QRIS kepada seluruh jamaah. Pada penelitian mendatang diharapkan mampu memperluas sampel penelitian, membahas perilaku aktual (*actual system use*) para jamaah masjid dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran infak, dan menambahkan variabel untuk dikembangkan lebih lanjut seperti faktor religiusitas, norma subjektif, dan lain sebagainya untuk mengukur perilaku seseorang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M. (2020). Fungsi Masjid dalam Mengelola Dana ZISWAH sebagai Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy* 3(2), 749-772.
- Ahimsa, A. R., Saferian, E., & Syahrir, S. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Payment di Indonesia. *INTELEKTIVA: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora* 2(3), 10-25.
- Aini, N., & Mundir, A. (2020). Pengelolaan Zakat, Infaq dan Sedekah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Pelaku UMKM di BAZNAS Kota Pasuruan. *Jurnal Ekonomi Islam* 12(1), 95-108.
- Almaiah, M. A., Al-Otaibi, S., Shishakly, R., Hassan, L., Lutfi, A., Alrawad, M., . . . Alghanam, O. A. (2023). Investigating the Role of Perceived Risk,, Perceived Security and Perceived Trust on Smart m-Banking Application Using SEM. *Sustainability*, 1-17.
- Alshammari, S. H., & Rosli, M. S. (2020). A Review of Technology Acceptance Models and Theories. *Innovative Teaching and Learning Journal* 4(2), 12-22.
- Amalia, R. D., & Purwantini, A. H. (2021). Investigasi Niat Penggunaan Financial Technology Payment Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember* 19(1), 35-46.
- Ayoungman, F. Z., Chowdhury, N. H., Hussain, N., & Tanchangya, P. (2021). User Attitude and Intentions Towards FinTech in Bangladesh. *International Journal of Asian Business and Information on Management* 12(3), 1-19.
- Baraba, R. A., & Mahmudi. (2023). Understanding The Millennial Generation Behavior in Using Digital Banking. *Asean International Journal of Business* 2(1), 1-13.
- Bashir, I., & Madhavaiah, C. (2015). Consumer attitude and behavioural intention towards internet banking in India. *Journal of Indian Business* 7(1), 67-102.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly* 13(3), 319-340.
- Handayati, P., & Trisnawati, N. (2023). The Intention to Use Mobile Payment during the Covid-19 Pandemic: The Mediating Role of Attitude. *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis* 11(1), 26-34.
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption Intention of Fintech Services for Bank Users: An Empirical Examination with an Extended Technology Acceptance Model. *Symmetry*, 1-16.
- Huddin, M. N., & Maitoh, M. R. (2021). Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Menggunakan terhadap Niat Menggunakan Mobile Payment di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Al-Qardh* 6(1), 1-16.
- Indarsin, T., & Ali, H. (2017). Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Iken

- Wholesale Trade, Jakarta-Indonesia. *Journal of Business and Management Studies* 2, 995-1007.
- Jocelyn, E., & Henryanto, A. G. (2022). Behavioral of Using GoPay as an Alternative Payment Method. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 795-807.
- Juhri, K., & Dewi, C. K. (2017). Kepercayaan dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash di Bandung dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Pro Bisnis* 10(1), 36-51.
- Koenig-Lewis, N., Morgan, M., Palmer, A., & Zhao, A. (2015). Enjoyment and Social Influence: Predicting Mobile Payment Adoption. *The Services Industries Journal* 35(10), 537-554.
- Kurniasari, F., Hamid, N. A., & Qinghui, C. (2020). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Attitude and Satisfaction Into Continuance in Using Alipay. *Management & Accounting Review* 19(2), 132-150.
- Natalina, S. A., Zunaidi, A., & Rahmah, R. (2021). Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Strategi Survive Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Kota Kediri. *ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development* 5(2), 43-62.
- Nirmawan, H. M., & Astiwardhani, W. (2021). The Effect of Perceived Cost, Trust, Usefulness and Customer Value Addition on Intention to Use Go-Pay Mobile Payment Services in Small Merchants. *Journal of Business and Management Review* 2(1), 715-732.
- Nurfadilah, D., & Samidi, S. (2021). How The Covid-19 Crisis is Affecting Customer's Intention to Use Islamic Fintech Services: Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* , 83-114.
- Pangastuti, T.U., & Riza, A.F. (2023). Memprediksi Minat M-Banking Bank Syariah dengan Pendekatan TAM dan TPB: Studi Generasi Milenial di Bantul. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking* 3 (1), 60-74.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Intregating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce* 7(3), 69-103.
- Rahmiati, Engriani, Y., & Putri, R. R. (2019). The Influence of Trust, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use of Using Intensity of E-Money with Attitude Toward Using Intervening Variable in Padang City. *Advances in Economics, Business and Management Research* (696-701). Atlantis Press.
- Rasyid, R. A., Sunarya, E., & Ramdan, A. M. (2020). Analisis Minat Menggunakan Mobile Payment dengan Pendekatan Technology Acceptance Model pada Penggunaan Link Aja Sukabumi. *HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 116-125.
- Rido, A., & Fahmi, R. A. (2018). Pengelolaan Zakat Berbasis Masjid di Sekitar Universitas Islam Indonesia. *Working Paper Keuangan Publik Islam*, 1-12.
- Riza, A.F., (2021) The potential of digital banking to handle the Covid-19 pandemic crisis: Modification of UTAUT model for Islamic finance industry. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*. 7 (1), 1-16.
- Riza, A. F., & Hafizi, R. (2019). Customers attitude toward Islamic mobile banking in Indonesia: Implementation of TAM. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 1(2), 75–84.
- Saragih, S. P., & Nopriadi. (2019). Technology Acceptance of Digital Payment System pada Pelaku UMKM di Kota Batam. *Computer Based Information System Journal* 07(02), 82-90.
- Syafiq, A. (2018). Peningkatan Kesadaran Masyarakat dalam Menunaikan Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf (ZISWAF). *Jurnal Zakat dan Wakaf*, 363-385.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti., M., & Munawaroh, M. Perkembangan sistem pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0 di indonesia. *Jurnal Al-Qardh*. 4 (1), 60-75.

- Utari, R. H., & Pertiwi, T. K. (2021). Persepsi Belanja Menggunakan Aplikasi E-Wallet (Studi Pada Pengguna E-Wallet DANA di Indonesia). *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 5(1), 215-226.
- Widanengsih, E. (2021). Technology Acceptance Model to Measure Customer Interest to Use Mobile Banking. *Journal of Industrial Engineering & Management Research* 2(1), 73-82.
- Wijaya, A. L., Hafizh, D. F., Damanik, F. D., & Damayanti, N. (2022). The Mediating Role of Attitudes Toward Usage on Consumers' Intention to Use the Traveloka (E-Commerce) Pay Later Application. *Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* (83-93). Johor Bahru, Malaysia: IEOM Society International.
- Yuwono, W., & Julyati. (2021). Analisis Pengaruh Utilitarian, Hedonic, Privacy, Trust terhadap Attitude Toward Online Purchasing, dan Pengaruh Attitude Toward Online terhadap Purchase Intention pada Generasi Milenial. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* 5(2), 415-429.