

Analysis Of Factors Affecting Gen Z Intention To Adopt Sharia Fintech

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Niat Gen Z Untuk Mengadopsi Fintech Syariah

Jhony Budiman¹, Hesniati², Candy³, Vincent⁴, Celine Kho⁵, Devin⁶, Kelly^{7*}

Universitas International Batam^{1,2,3,4,5,6,7}

johny.budiman@uib.edu¹, candy@uib.edu², hesniati@uib.edu³, 2041168.vincent@uib.edu⁴
1941001.celine@uib.edu⁵, 2041215.devin@uib.edu⁶, 2041113.kelly@uib.edu⁷

*Corresponding Author

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the influence of Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI) and Facilitating Condition (FC) on the behavioral intentions of generation Z in Batam City. This research is quantitative by collecting data using primary and secondary data. Collecting data on 300 respondents by presenting a questionnaire with a total of 23 questions in the form of a Likert scale with levels of agreement from strongly agree to strongly disagree. In this study the authors used the help of the smartPLS software program for data testing. The final results in the study show that all independent variables are not significant to the dependent variable so that it can be stated that the independent variables do not have a major influence on the dependent variable. On variables Performance Expectancy (PE) and Effort Expectancy (EE) has a negative relationship with Behavioral Intention (BI) whereas Social influence (SI) and Facilitating Condition (FC) has a positive relationship with Behavioral Intention (BI).

Keywords : Fintech, Islamic, Generation z

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan mengukur bagaimana pengaruh Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI) dan Facilitating Condition (FC) terhadap niat perilaku generasi Z di Kota Batam. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pengambilan data menggunakan data primer dan sekunder. Pengumpulan data pada 300 responden dengan cara penulis menyajikan kuesioner dengan jumlah 23 pertanyaan dalam bentuk skala likert dengan tingkatan persetujuan dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini penulis menggunakan bantuan program software smartPLS untuk pengujian data. Hasil akhir pada penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen tidak signifikan terhadap variabel dependen sehingga dapat dinyatakan variabel independen tidak memiliki pengaruh besar terhadap variabel dependen. Pada variabel Performance Expectancy (PE) dan Effort Expectancy (EE) memiliki hubungan negatif dengan Behavioral Intention (BI) sedangkan Social influence (SI) dan Facilitating Condition (FC) memiliki hubungan positif dengan Behavioral Intention (BI).

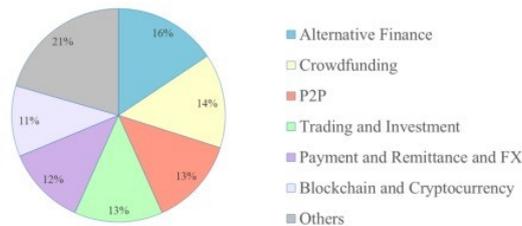
Kata Kunci : Fintech, Syariah, Generasi Z

1. Pendahuluan

Seiring waktu nya berjalan teknologi juga semakin berkembang pesat. Teknologi telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari manusia termasuk dengan kehadirannya Fintech. Fintech telah menjadi tren baru di dalam industri bank dan Finansial. Fintech juga dapat membantu bank syariah dan lembaga keuangan lainnya yang memungkinkan mereka untuk bersaing dengan bank konvensional dan memberi mereka dorongan yang lebih menentukan. Secara singkat fintech adalah kinerja transaksi keuangan dengan penggunaan teknologi disruptif, inovatif dan perintis. Banyak peneliti telah mendefinisikan Fintech sebagai aktivitas keuangan (Saksonova et al., 2017) . Fintech juga memiliki peran penting dengan mengisi sebagai perantara keuangan terpercaya yang memfasilitasi transaksi keuangan untuk membantu orang-orang dalam kegiatan sehari-hari secara global, yang dimana telah berubah menjadi era baru dipasar jasa keuangan yang terbukti menjadi alat yang efektif untuk lembaga keuangan dan lainnya (Chinnasamy et al., 2021).

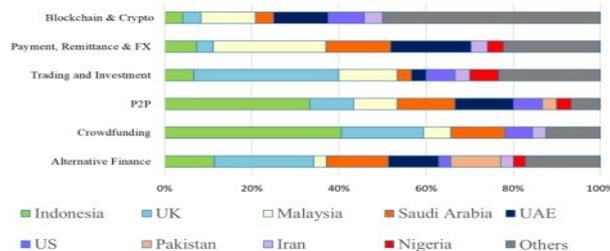
Fintech syariah juga telah berkembang di pasar dan umat islam di seluruh dunia mencari solusi keuangan sesuai dengan syariah (Rabbani et al., 2021), *fintech* dapat membantu industri keuangan syariah dalam pertumbuhan lebih lanjut dengan meningkatkan aksesibilitas, efisiensi dan transparansi. *Fintech* Syariah adalah *Fintech* yang memiliki prinsip syariah yang berdasarkan dengan prinsip hukum islam yang ada di Al-Qur'an seperti melarang adanya unsur perjudian, penipuan, penganiayaan, barang haram dan asusila dalam kegiatan ekonomi (Khan et al., 2021). Jika ada transaksi dilakukan di bawah teknologi keuangan islam tanpa mematuhi prinsip Syariah, maka dianggap sebagai haram atau tidak sah (Lajis, 2019). Kata “syariah” menyiratkan bahwa kegiatan ekonomi tidak bertentangan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an. Keuangan Syariah sudah merangkul *Fintech* berdasarkan kemajuan teknologi seperti *blockchain*, *artificial intelligence*, *cryptocurrency*, *crowdfunding*, *P2P lending* (Lajis, 2019).

Fintech syariah telah memiliki dua ratus tujuh puluh dua perusahaan *Fintech* yang tercatat secara global (Noor et al., 2021). Terdapat data tahun 2021 yang dimana *crowdfunding* dan perusahaan P2P yang menyumbang persentase terbesar sekitar 31% untuk perusahaan syariah. Berikut terdapat grafik berdasarkan sumber (Glavina et al., 2021) :



Gambar 1. Grafik industri fintech syariah secara global

Sumber : (Glavina et al., 2021)



Gambar 2. Struktur geografis dari fintech syariah enam teratas

Sumber : (Glavina et al., 2021)

Berdasarkan struktur di atas 50% fintech syariah dari negara-negara yang terkemuka seperti Indonesia, United Kingdom, Malaysia dan Arab. Indonesia juga memiliki populasi penduduk yang beragama islam terbanyak yang disusul dengan negara Pakistan, India dan lainnya (Bayu, 2021). Tercatat pada laporan RISSC (The Royal Islamic Strategic Studies Centre), Indonesia memiliki 231,05 juta warga yang beragama islam dengan persentase sekitar 87,7%. Dengan disusul oleh negara Pakitan yang berada di posisi kedua dengan memiliki jumlah warga yang beragama islam sebanyak 212,3 juta orang dan negara India yang berada di posisi ketiga dengan jumlah warga yang beragama islam sebanyak 200,02 juta orang.

Tidak hanya dengan memiliki populasi penduduk beragama islam terbanyak, muslim generasi Z juga diperkirakan menyumbangkan sebanyak 75 persen dari pendapatan dari perbankan syariah (Almas, 2021). Generasi Z adalah generasi yang lahir di tahun 1995-2010 yang dimana sering dikatakan lahir di era teknologi yang memiliki karakteristik yang sangat bergantung dengan teknologi dan melakukan semua kegiatan melalui media maya. Sejak dengan kemunculannya *Covid-19* yang menjadikan *Fintech* sebagai peran penting pada

generasi Z dalam kehidupan sehari-harinya. Salah satu produk *Fintech* yang mengalami peningkatan adalah *E-wallet* atau dompet digital yang digunakan untuk melakukan transaksi secara online sehingga transaksi *e-commerce* menunjukkan peningkatan dari tahun 2019 sampai 2020 (Jayani, 2021). Pada tahun 2020 terdapat kenaikan nominal transaksi *e-commerce* 29,6% dari Rp 205,5 triliun pada 2019 hingga menjadi Rp 266,3 triliun pada tahun 2020 (Jayani, 2021).

Kota Batam yang diambil sebagai objek penelitian pada penelitian ini. Dimana berdasarkan data visualisasi data kependudukan pada tahun 2020, penduduk dengan agama Islam menjadi mayoritas di kota Batam dengan sebanyak 71,96% yang diikuti dengan penduduk yang beragama Kristen Protestan 17,81% dan lainnya. Dengan jumlah penduduk yang tercatat di sensus BPS (Badan Pusat Statistik) sebanyak 1,1 juta penduduk dengan mayoritas generasi Z sebesar 27,12%.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan niat penggunaan generasi Z di kota Batam terhadap *Fintech* Syariah. Terdapat empat variabel terikat dan satu variabel bebas pada penelitian ini. Variabel tersebut dikembangkan menjadi kuesioner dengan menggunakan skala likert yang kemudian, hasil data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan statistik.

Alasan melakukan penelitian ini

Alasan melakukan penelitian adalah untuk mengetahui sikap dan perilaku generasi Z yang di kota Batam terhadap *Fintech* yang tengah berkembang di pasar sekarang. Selain itu juga, untuk mengetahui seberapa tingkat kesadaran/pengetahuan yang dimiliki generasi Z di kota Batam terhadap produk-produk *Fintech* Syariah. Sehingga penulis menyajikan kuesioner dengan menggunakan skala likert, yang kemudian data yang diperoleh dari kuesioner akan dikembangkan dalam bentuk statistik.

2. Tinjauan Pustaka

Fintech

Definisi *Fintech* adalah pemanfaatan perkembangan teknologi informasi untuk meningkatkan layanan di industri keuangan. *Fintech* kepanjangan dari *Financial Technology* (Teknologi Keuangan). *Fintech* juga mewakili industri di bidang jasa keuangan bergabung di perkembangan teknologi. *Fintech* di Indonesia diatur oleh POJK (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan) dengan Nomor 77/POJK.01/2016 yang menyatakan bahwa jasa layanan keuangan yang mempertemukan penerima dan pemberi pinjaman dalam mata uang rupiah secara *online*. Dengan kehadiran *Fintech* yang memberikan manfaat pada peran teknologi, salah satunya membuat transaksi keuangan masyarakat menjadi lebih efektif dan efisien. *Fintech* memiliki bermacam – macam produk, berikut terdapat produk dari *fintech* :

Robo advisors

Konsep *robo advisors* telah mendapatkan perhatian yang signifikan dari keuangan industri dalam beberapa tahun terakhir karena pasar yang tinggi permintaan pada manajemen portofolio otomatis. Mengambil keuntungan dari kecerdasan buatan dan modern lainnya, *robo advisor* menciptakan platform digital untuk melakukan penilaian profil risiko (Jung et al., 2018). *Robo advisor* menyediakan personalisasi dan layanan penghematan pengeluaran kepada investor (Jung et al., 2017). Untuk lebih spesifik, dengan mengembangkan dan mengoptimalkan produk *robo advisors*, teknologi modern termasuk big data, profil pelanggan dan cloud computing akan dikembangkan dan diterapkan ke masyarakat.

Crowdfunding

Crowdfunding merupakan bentuk pendanaan yang memberikan dana kepada seseorang yang membutuhkan dana dalam mengembangkan usahanya atau bentuk pendanaan yang mengumpulkan sejumlah dana dari beberapa investor. *Crowdfunding* juga dapat membantu individu dalam menjangkau lebih luas kepada investor sehingga dapat membantu perkembangan usaha. *Crowdfunding* juga dapat menghubungkan investor yang mau berinvestasi dalam jumlah kecil pada proyek menguntungkan seperti perusahaan *start-up* (Jegelevičiūtė & Valančienė, 2015).

Peer-to-Peer Lending (P2P)

Menurut peraturan OJK No. 77/POJK.01/2016, *Peer-to-peer lending* merupakan layanan pinjam meminjam dana dalam mata uang rupiah secara langsung antara kreditur dan debitur yang berbasis teknologi informasi. Untuk memfasilitasi pinjaman, platform *peer lending* biasanya menyediakan mekanisme untuk potensi meminjam kepada yang mengajukan pinjam dengan menentukan apakah peminjam dan memberi pinjam memenuhi standar pinjaman platform. Platform *peer lending* memberikan informasi seputar mengenai setiap pinjaman kepada calon investornya.

E-wallet

E-wallet adalah aplikasi yang digunakan untuk menyimpan dana dan juga melakukan transaksi secara online melalui *smartphone* dengan menyimpan informasi kartu kredit atau debit (Bagla & Sancheti, 2018). Pembayaran pada *E-wallet* dapat melalui pemindaian kode QR atau pembayaran dalam aplikasi. Jenis *E-wallet* banyak didukung oleh bank atau organisasi non-bank yang berlomba-lomba memberikan kemudahan dalam bertransaksi finansial bagi konsumennya (Bagla & Sancheti, 2018). Di masa pandemi Covid-19, digitalisasi diperbanyakan dan layanan keuangan telah berperan penting sebagai tindakan preventif untuk meminimalisir penyebaran Covid-19. Pandemi menyebabkan pergeseran preferensi konsumen terhadap metode pembayaran digital, seperti *E-wallet*.

Fintech Syariah

Fintech Syariah adalah *Fintech* yang memiliki prinsip syariah yang berdasarkan dengan prinsip hukum islam yang ada di Al-Quran seperti melarang adanya unsur perjudian, penipuan, penganiayaan, barang haram dan asusila dalam kegiatan ekonomi (Khan et al., 2021). Kata "Syariah" yang artinya kegiatan ekonomi yang dilakukan secara halal berdasarkan nilai yang terkandung dalam Al-Quran.

Model

Pada bagian ini menjelaskan variabel dependen dan independen yang digunakan oleh penulis untuk penelitian ini. Berikut variabel-variabel yang digunakan oleh penulis :

Behavioral Intention

(BI) *Behavioral Intention (BI)* digunakan sebagai variabel dependen pada penelitian ini untuk menilai faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan teknologi pada generasi Z di kota Batam. *Behavioural Intention (BI)* adalah kecenderungan konsumen untuk bertindak dengan cara tertentu terhadap jasa dan produk (Altunel et al., 2017)(Chen et al., 2019). Dalam penelitian perilaku konsumen, *Behavioural Intention* juga dapat dilihat dari loyalitas sikap konsumen. *Behavioral Intention (BI)* juga dapat menunjukkan perilaku individu yang dapat diprediksi dalam jangka pendek di masa depan terkait dengan mengkonsumsi produk atau jasa (Suhartanto, 2019). (Lyon & Powers, 2004) juga menyatakan bahwa *Behavioural Intention* juga dapat menjadi alat ukur kepuasan pelanggan. Selain menggunakan *Behavioral intention (BI)*

sebagai alat sikap konsumen, BI juga dapat mengukur tingkat kepuasan konsumen saat ini maupun calon konsumennya (Mauri & Minazzi, 2013). Berdasarkan perspektif manajerial, pendekatan ini sangat berguna karena dapat memprediksi masa depan perilaku konsumen baik untuk pelanggan maupun non pelanggan.

Performance Expectancy (PE)

Performance Expectancy (PE) merupakan sejauh mana seorang individu memiliki keyakinan dengan menggunakan sistem akan membantunya dalam mencapai beberapa peningkatan dalam kinerja pekerjaannya (Khalili, 2015). Menurut (Alkhwaldi et al., 2022) *Performance Expectancy* merupakan prediktor terkuat dan memiliki efek signifikan pada penggunaan teknologi.

Dalam penelitian ini, PE menunjukkan bahwa pemanfaatan *Fintech* sangat bermanfaat bagi kehidupan sehari-hari individu dan meningkatkan kinerja dan produktivitas dalam menyelesaikan transaksi dan aktivitas keuangan. Seharusnya dengan menggunakan layanan *Fintech* dapat menghasilkan kemudahan/kenyamanan pada konsumen. Berdasarkan riset dari Akhtar yang memiliki kesamaan dengan kasus yang diteliti oleh penulis maka dapat menyatakan bahwa (Khan et al., 2022) :

H1. PE berpengaruh positif dan signifikan terhadap BI dalam niat penggunaan *Fintech* Syariah.

Effort Expectancy (EE)

Pada penelitian ini, *Effort Expectancy* digunakan sebagai variabel independen karena dianggap dapat mempengaruhi *Behavioural Intention* dalam niat penggunaan *Fintech* Syariah. *Effort Expectancy* didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem. *Effort Expectancy* memiliki kesamaan konsep pada *Perceived Ease of Use*, *Systematic Complexity* dan *Ease of Use*. Dalam penelitian ini, *Effort Expectancy* dalam menggunakan *Fintech* seharusnya mudah untuk digunakan dan dipelajari serta tidak merepotkan konsumen. Pada studi kasus (Louho & Kallioja, 2006) , mengatakan bahwa *Effort Expectancy* memiliki predictor yang kuat pada niat perilaku. Penulis juga menemukan kesamaan kasus yang diteliti oleh Thaker, maka dapat menyatakan bahwa (Thaker et al., 2019) :

H2. EE berpengaruh positif dan signifikan terhadap BI dalam niat penggunaan *Fintech* Syariah.

Social Influence (SI)

Pada penelitian ini, *Social Influence* digunakan sebagai variabel independen karena dianggap dapat mempengaruhi *Behavioral Intention* dalam niat penggunaan *Fintech* Syariah. *Social Influence* yang merupakan sejauh mana suatu individu merasakan bahwa orang lain yang penting percaya bahwa dia harus menggunakan sistem baru. *Social Influence* juga dari faktor lingkungan seperti pendapat dari teman, keluarga dan atasan (Venkatesh et al., 2022). Pengaruh sosial yang berkontribusi dalam mendorong motivasi konsumen untuk menggunakan *Fintech* atau mempengaruhi pengambilan keputusan pengguna individu terhadap perilaku tertentu (Phau & Teah, 2009). Penulis menemukan kesamaan kasus yang diteliti oleh Baptista, maka dapat menyatakan bahwa (Baptista & Oliveira, 2015) :

H3. SI berpengaruh positif dan signifikan terhadap BI dalam niat penggunaan *Fintech* Syariah.

Facilitating Condition (FC)

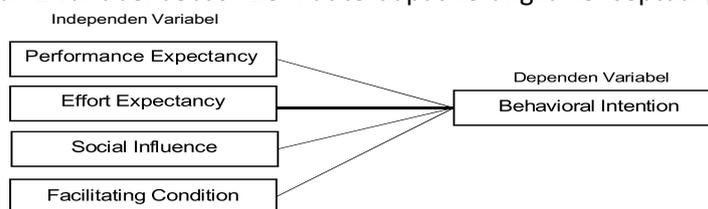
Pada penelitian ini, *Facilitating Condition* digunakan sebagai variabel independen karena dianggap dapat mempengaruhi *Behavioural Intention* dalam niat penggunaan *Fintech* Syariah. *Facilitating conditions* merupakan seberapa tingkat keyakinan individu bahwa infrastruktur perusahaan dalam mendukung penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2022). *Facilitating condition* dapat menyakinkan individu dengan fasilitas lingkungannya untuk menerima sebuah teknologi. *Facilitating condition* dapat juga mendeskripsikan tingkatan

keyakinan individu untuk menerima teknologi dengan dukungan fasilitas yang diberikan oleh organisasi. Penulis menemukan kesamaan kasus yang diteliti oleh Baptista, maka dapat menyatakan bahwa (Baptista & Oliveira, 2015) :

H4. FC memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap BI dalam niat penggunaan *Fintech* Syariah.

Conceptual Model

Kerangka konseptual memiliki tujuan untuk menjelaskan bagaimana hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Kerangka penelitian diusulkan dengan mencakup 4 variabel terikat dan 1 variabel bebas. Berikut terdapat kerangka konseptual pada penelitian ini



Gambar 3. Conceptual model of FinTech Islamic Adoption

3. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Konsep penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Metode kuantitatif yang digunakan dalam penelitian memiliki tujuan utama yaitu digunakan untuk meneliti populasi atau sampel (Purbowati, 2021). Data dikumpulkan dengan alat ukur, kemudian di analisis dengan statistik (Purbowati, 2021). Kemudian data primer merupakan jenis data yang dikumpulkan dengan cara survei, wawancara dan lainnya (MR, 2022). Sedangkan data sekunder merupakan jenis data yang dikumpulkan melewati beberapa sumber buku, jurnal, *website* dan lainnya (MR, 2022).

Objek Penelitian

Konsep pada penelitian ini akan menggunakan objek penelitian populasi masyarakat di Kota Batam berdasarkan sampel yang diteliti adalah generasi Z di Kota Batam. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan metode teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang berdasarkan pertimbangan dari peneliti yang dapat mewakili suatu populasi (Abdhul, 2022). Pengumpulan data pada sampel dilakukan dengan menyajikan kuesioner yang mengenai variabel yang akan diteliti dengan menggunakan google form untuk mengumpulkan sejumlah informasi secara langsung sehingga hasil dari kuesioner tersebut yang akan dijadikan sebagai data pendukung dari penelitian ini.

Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional variabel penelitian menurut (Sugiyono, 2017) merupakan nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti oleh dipelajari dan membuat kesimpulan dari yang dipelajari. Variabel-variabel dirumuskan agar menghindari dari kesesatan mengumpulkan data. Variabel bebas terdapat pada penelitian ini adalah *BI*. Sedangkan variabel terikat terdapat pada penelitian ini adalah *PE*, *EE*, *SI* dan *FC*. Berikut terdapat tabel pada definisi operasional variabel :

Tabel 1. Definisi Variabel

Variabel	Definisi	Sumber
Variabel Dependen		
Behavioral Intention (BI)	“Keinginan konsumen untuk berperilaku dengan cara tertentu untuk memiliki, membuang dan menggunakan produk dan jasa”.	(Chen et al., 2019)
Variabel Independen		
Performance Expectancy (PE)	“Sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaannya”.	(Ali et al., 2017)
Effort Expectancy (EE)	“Tingkat kemudahan yang berhubungan dengan penggunaan sistem”.	(Ali et al., 2017)
Social Influence (SI)	“Sejauh mana individu mana orang lain mempengaruhi individu dalam lingkungan sosialnya”.	(Ali et al., 2017)
Facilitating Condition (FC)	“Keyakinan individu terhadap fasilitas lingkungan termasuk dengan ketersediaan perangkat untuk menjadikan individu menerima teknologi”.	(Venkatesh et al., 2022)

Metode Analisis

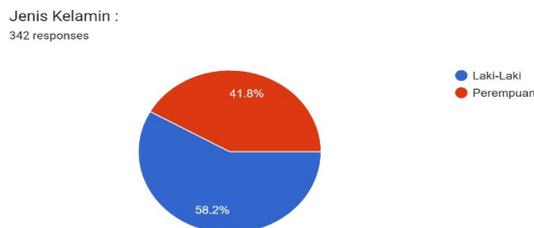
Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut ahli punch, metode kuantitatif merupakan metode pengumpulan data-data yang berbentuk numerik (Salmaa, 2021), yang memiliki tujuan pengukuran sebagai pusat penelitian dan membantu menentukan hubungan antar variabel dalam sebuah populasi. Pengambilan data dengan cara survei atau diberikan kuesioner mengenai variabel pendukung pada penelitian ini. Kuesioner yang diberikan dalam bentuk skala likert yang merupakan skala penelitian yang mengukur pendapat dan sikap (Kho, n.d.). Dengan tingkatan persetujuan dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS).

4. Hasil dan Pembahasan

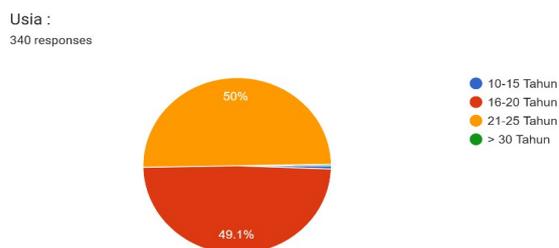
Profil Responden

Pengisian kuesioner yang disajikan oleh penulis dalam bentuk skala likert dengan tingkatan dari sangat setuju (SS) hingga sangat tidak setuju (STS) yang terdiri dari 23 pertanyaan yang ditujukan khusus kepada generasi Z yang ada di Kota Batam yang memahami atau mengetahui penggunaan dari fintech syariah. Total responden yang telah didapat telah mencapai 342 responden. Hasil dari data yang dapat dilihat melalui gambar 4 telah terkumpul yang menunjukkan bahwa terdapat dominan pada jenis kelamin pada laki-laki yang memiliki persentase sebesar 58.2% dibandingkan dengan perempuan yang memiliki persentase hanya sebesar 41.8% dari total kuesioner. Pada gambar 5, data yang terkumpul mengenai usia responden yang menunjukkan bahwa terdapat dominan usia pada usia “21 tahun hingga 25 tahun” yang memiliki persentase sebesar 50% sedangkan pada usia “16 tahun hingga 20 tahun” yang memiliki persentase yang tidak jauh berbeda dengan usia 21-25 tahun yang sebesar 49.1%. Pada gambar 6 menunjukkan bahwa pendidikan terakhir responden yang memiliki persentase dominan pada “S1” yang memiliki persentase sebesar 73.7% yang dibandingkan dengan pendidikan terakhir “SMA/SMK” yang memiliki persentase sebesar 22.5% dan dilanjutkan dengan yang lainnya. Pada gambar 7 yang menunjukkan status dari

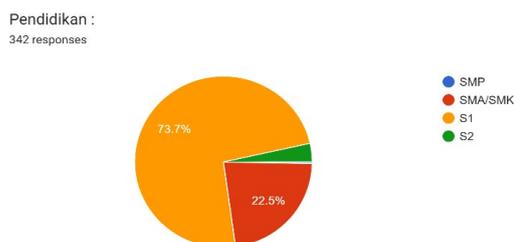
responden yang terdapat dominan pada status belum menikah yang memiliki persentase sebesar 97.6% sedangkan pada status “Menikah” hanya terdapat persentase 2.4% dari total jumlah responden. Pada gambar 8 yang menunjukkan bahwa pekerjaan responden yang terdapat dominan pada “Pelajar/Mahasiswa” yang memiliki persentase sebesar 88.3% yang dilanjutkan dengan status pekerjaan “Karyawan Swasta” yang memiliki persentase sebesar 8.2% dari total jumlah responden.



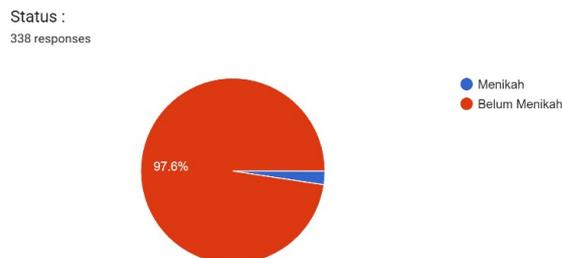
Gambar 4. Persentase Jenis kelamin Responden



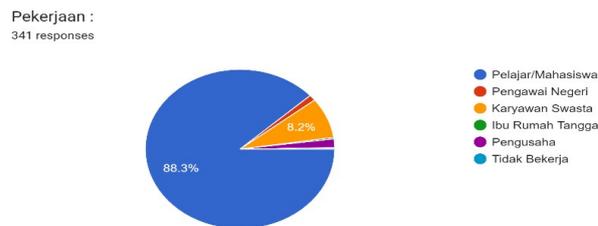
Gambar 5. Persentase Usia Responden



Gambar 6. Persentase Pendidikan Responden



Gambar 7. Persentase Status Responden



Gambar 8. Persentase Pekerjaan Responden

Hasil Uji Validitas Diskriminan

Hasil uji validitas diskriminan pada penelitian ini dapat dinyatakan telah memenuhi syarat yang menunjukkan akar AVE yang memiliki nilai lebih tinggi dari variabel lainnya maka dapat dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik. Akar AVE ditujukan yang memiliki warna pada kolom sehingga dapat dinyatakan akar AVE memiliki nilai yang lebih tinggi dari variabel lainnya.

Tabel 2. Validitas Diskriminan

Variable	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
BI	0.812	0.891
PE	0.434	0.764
EE	0.46	0.768
SI	1	1
FC	0.467	0.775

Sumber : Data Olahan (2023)

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dinyatakan reliabel karena berdasarkan sumber (Ghozali, 2011) yang menyatakan bahwa salah satu nilai pada *conbach's alpha* dan *composite reliability* yang menunjukkan nilai *ouput* diatas 0.7 maka dapat dinyatakan valid dan reliabel.

Tabel 3. Reliabilitas

Variable	BI	EE	FC	PE	SI
BI	0.857	-0.083	-0.017	-0.107	-0.023
EE	-0.083	0.795	0.404	0.342	0.236
FC	-0.017	0.404	0.799	0.336	0.332
PE	-0.107	0.342	0.336	0.791	0.307
SI	-0.023	0.236	0.332	0.307	1

Sumber : Data Olahan (2023)

Hasil Uji Path Coefficient

Hasil uji pada bagian ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel independent terhadap variabel dependen yang menggunakan pengujian data *path coefficient*. Berdasarkan sumber (Imam & Latan, 2014) yang menyatakan jika *T Statistics* yang menunjukkan nilai diatas 1.96 dan *P values* yang menunjukkan nilai diatas 0.05 maka dapat dinyatakan sebagai signifikan.

Tabel 4. Path Coefficient

Hypotheses	Sample Mean (M)	T Statistics	P Values	Conclusion
PE -> BI	-0.113	1.344	0.18	No Significant
EE -> BI	-0.073	0.947	0.344	No Significant
SI -> BI	0.019	0.183	0.855	No Significant
FC -> BI	0.025	0.458	0.647	No Significant

Sumber : Data Olahan (2023)

Berdasarkan pada tabel 4, maka dapat dinyatakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1. PE memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap BI dalam niat penggunaan *Fintech* Syariah.

Berdasarkan pada tabel 4 yang menyatakan bahwa *T Statistics* memiliki nilai yang sebesar 1.344 dan dengan *P Values* yang memiliki nilai sebesar 0.18 yang berarti tidak memenuhi kriteria dari literatur yang menunjukkan bahwa *T Statistics* harus diatas 1.96 dan *P Values* yang dibawah 0.05 sehingga dinyatakan dapat tidak signifikan. Berdasarkan sumber Rahim (Rahim et al., 2022), yang meneliti kasus serupa yang menunjukkan bahwa PE terhadap BI memiliki hasil yang tidak signifikan.

H2. EE memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap BI dalam niat penggunaan *Fintech* Syariah

Berdasarkan pada tabel 4 yang menyatakan bahwa *T Statistics* memiliki nilai yang sebesar 0.947 dan dengan *P Values* yang memiliki nilai sebesar 0.344 yang berarti tidak memenuhi kriteria dari literatur yang menunjukkan bahwa *T Statistics* harus diatas 1.96 dan *P Values* yang dibawah 0.05 sehingga dinyatakan dapat tidak signifikan. Berdasarkan sumber Rahim dan Permatasari (Permatasari & Tunjungsari, 2020)(Rahim et al., 2022), yang meneliti kasus serupa yang menunjukkan bahwa EE terhadap BI memiliki hasil yang tidak signifikan atau hipotesis tidak mendukung.

H3. SI memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap BI dalam niat penggunaan *Fintech* Syariah.

Berdasarkan pada tabel 4 yang menyatakan bahwa *T Statistics* memiliki nilai yang sebesar 0.183 dan dengan *P Values* yang memiliki nilai sebesar 0.855 yang berarti tidak memenuhi kriteria dari literatur yang menunjukkan bahwa *T Statistics* harus diatas 1.96 dan *P Values* yang dibawah 0.05 sehingga dapat dinyatakan tidak signifikan. Berdasarkan sumber Khater dan Permatasari (Khater et al., 2022) (Permatasari & Tunjungsari, 2020), yang meneliti kasus serupa yang menunjukkan bahwa SI terhadap BI memiliki hasil yang tidak signifikan.

H4. FC memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap BI dalam niat penggunaan *Fintech* Syariah.

Berdasarkan pada tabel 4 yang menyatakan bahwa *T Statistics* memiliki nilai yang sebesar 0.458 dan dengan *P Values* yang memiliki nilai sebesar 0.647 yang berarti tidak memenuhi kriteria dari literatur yang menunjukkan bahwa *T Statistics* harus diatas 1.96 dan *P Values* yang dibawah 0.05 sehingga dapat dinyatakan tidak signifikan. Berdasarkan sumber Rahim (Rahim et al., 2022), yang meneliti kasus serupa yang menunjukkan bahwa FC terhadap BI memiliki hasil yang tidak signifikan.

Hasil Uji *Adjusted R Square*

Tabel 5. *Adjusted R Square*

Variable	<i>Adjusted R Square</i>
Behavioral Intention	0.027

Sumber : Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel 5, yang menunjukkan nilai pada R^2 pada *Behavioral Intention* yang sebagai dependen memiliki nilai yang sebesar 0.027 yang dapat menjelaskan bahwa *Behavioral Intention* dipengaruhi oleh variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* hanya sebesar 2,7% sedangkan 97.3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

5. Penutup

Hasil penelitian ini dilakukan dengan cara penulis menyajikan 23 pertanyaan yang disebarkan luaskan kepada generasi Z di Kota Batam yang memahami penggunaan *Fintech*

Syariah. Total responden yang telah terkumpul sebanyak 342 responden. Hasil dalam penelitian menggunakan software *smartPLS* untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil akhir dari uji data menunjukkan bahwa variabel independen tidak signifikan terhadap niat penggunaan generasi Z dalam *Fintech Syariah*.

Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sumber pertanyaan yang lain karena sumber yang digunakan oleh penulis tidak terlalu efektif dalam penelitian ini sehingga responden tidak konsisten dalam mengisi kuesioner yang memicukan hasil penelitian yang tidak signifikan.

Daftar Pustaka

- Abdhul, Y. (2022). *Teknik Pengambilan Sampel Penelitian*. Deepublish Store. <https://deepublishstore.com/teknik-pengambilan-sampel/>
- Ali, M., Asmi, F., Rahman, M. M., Malik, N., & Ahmad, M. S. (2017). Evaluation of E-Service Quality through Customer Satisfaction (a Case Study of FBR E-Taxation). *Open Journal of Social Sciences*, 05(09), 175–195. <https://doi.org/10.4236/jss.2017.59013>
- Alkhwaldi, A. F., Alharasis, E. E., Shehadeh, M., Abu-ALSondos, I. A., Oudat, M. S., & Atta, A. A. B. (2022). Towards an Understanding of FinTech Users' Adoption: Intention and e- Loyalty Post-COVID-19 from a Developing Country Perspective. *Economic and Business Aspects of Sustainability*, 14(19). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su141912616>
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, 50, 418–430. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024>
- Chen, W. K., Chen, W. C., & Chen, C. W. (2019). Drivers of Mobile Payment Acceptance in China: An Empirical Investigation. *Information*, 10(12). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/info10120384>
- Ghozali, I. (2011). *Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&as_sdt=0,5&cluster=351741731300852086
- Glavina, S., Aidrus, I., & Trusova, A. (2021). Assessment of the Competitiveness of Islamic Fintech Implementation: A Composite Indicator for Cross-Country Analysis. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(12), 602. <https://doi.org/10.3390/jrfm14120602>
- Imam, G., & Latan, H. (2014). *Partial Least Square (PLS) konsep teknik dan aplikasi*. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&as_sdt=0,5&cluster=9019407549344886506#d=gs_cit&t=1672250715578&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3A6q4t2FfK30J%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26scf%3D1%26hl%3Den
- Khalili, L. (2015). An investigation of factors influencing the acceptance of open access publishing among medical researchers in Iran / Leila Khalili [University of Malaya]. In *Computer Science & Information Technology*. <http://studentsrepo.um.edu.my/id/eprint/5709>
- Khan, M. S., Rabbani, M. R., Hawaldar, I. T., & Bashar, A. (2022). Determinants of Behavioral Intentions to Use Islamic Financial Technology: An Empirical Assessment. *Risks*, 10(6). <https://doi.org/10.3390/risks10060114>
- Khater, A., Mahmoud, M. H., Eldin, M., & Ali, F. A. (2022). The Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social influence and Ability on Customers' Acceptance of Internet banking in Sudan. *International Journal of Scientific and Engineering Research*, 13(1). https://www.researchgate.net/publication/358461079_The_Effect_of_Performance_Ex

pectancy_Effort_Expectancy_Social_influence_and_Ability_on_Customers'_Acceptance_of_Internet_banking_in_Sudan

- Kho, D. (n.d.). *Pengertian Skala Likert (Likert Scale) dan Menggunakannya*. Teknik Elektronika. <https://teknikelektronika.com/pengertian-skala-likert-likert-scale-menggunakan-skala-likert/>
- Louho, R., & Kallioja, M. (2006). Factors affecting the use of hybrid media applications. *Biological Science*, 35. https://www.researchgate.net/publication/228622640_Factors_affecting_the_use_of_hybrid_media_applications
- Lyon, D. B., & Powers, T. L. (2004). The impact of structure and process attributes on satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Services Marketing*, 18, 114–121. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/08876040410528719>
- Mauri, A. G., & Minazzi, R. (2013). Web Reviews Influence on Expectations and Purchasing Intentions of Hotel Potential Customers. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 99–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.02.012>
- MR, S. (2022). *Catat! 4 Perbedaan Data Sekunder & Data Primer dalam Analisis Data*. DQLab. <https://www.dqlab.id/catat!-4-perbedaan-data-sekunder-and-data-primer-dalam-analisis-data#:~:text=Seperti%20namanya%20data%20primer%20merupakan,sudah%20dikumpulkan%20oleh%20orang%20lain.>
- Permatasari, A. M., & Tunjungsari, H. K. (2020). Analisis Behavioral Intention Pada Layanan Aplikasi RCTI+. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(5), 199. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i5.9212>
- Phau, I., & Teah, M. (2009). Devil wears (counterfeit) Prada: a study of antecedents and outcomes of attitudes towards counterfeits of luxury brands. *Journal of Consumer Marketing*, 26(1), 15–27. <https://doi.org/10.1108/07363760910927019>
- Purbowati, D. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Mengenal Penelitian Ilmiah*. Aku Pintar. <https://akupintar.id/info-pintar/-/blogs/metode-penelitian-kualitatif-dan-kuantitatif-mengenal-penelitian-ilmiah#:~:text=Metode%20penelitian%20kuantitatif%20merupakan%20metode,meneliti%20populasi%20atau%20sampel%20tertentu.>
- Rahim, N. @. F., Bakri, M. H., Fianto, B. A., Zainal, N., & Hussein Al Shami, S. A. (2022). Measurement and structural modelling on factors of Islamic Fintech adoption among millennials in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2020-0279>
- Salmaa. (2021). *Penelitian Kuantitatif: Pengertian, Tujuan, Jenis-Jenis, dan Langkah Melakukannya*. Deepublish Store. <https://penerbitdeepublish.com/penelitian-kuantitatif/>
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian* (2017th ed.). ALFABETA.
- Suhartanto, D. (2019). Predicting behavioural intention toward Islamic bank: a multi-group analysis approach. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1091–1103. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0041>
- Thaker, M. A. B. M. T., Amin, M. F. Bin, Thaker, H. B. M. T., & Pitchay, A. B. A. (2019). What keeps Islamic mobile banking customers loyal? *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 525– 542. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2017-0090>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2022). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *Management Information Systems Research Center*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/30036540>