

## ABSTRAK

Survey The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC) menunjukkan jumlah penduduk muslim di Indonesia setara dengan 86,7% dari keseluruhan penduduk. Potensi muslim yang sangat besar dapat dimanfaatkan untuk pengembangan layanan keuangan digital syariah. PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) merupakan perusahaan yang sudah memanfaatkan momentum ini dengan mengeluarkan produk layanan keuangan digital syariah (LinkAja Syariah).

LinkAja Syariah merupakan uang elektronik yang telah tersertifikasi halal oleh DSN MUI dan mendapat persetujuan dari Bank Indonesia. Mengutip pernyataan dari Plt CEO LinkAja Wibawa Prasetyawan yang dilansir pada website artikel LinkAja pengguna LinkAja Syariah di tahun 2022 mencapai 7.5 juta pengguna sedangkan pengguna LinkAja berjumlah 84 juta pengguna. Hal ini berbanding terbalik dengan potensi penduduk muslim yang besar. Melihat fakta tersebut, perlu adanya penelitian yang membahas mengenai niat konsumen muslim dalam menggunakan layanan keuangan digital syariah (LinkAja Syariah). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara norma subjektif, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan dalam kaitannya dengan niat menggunakan LinkAja Syariah dengan pengetahuan riba (KR) sebagai variabel intervening.

Survei dilakukan terhadap 220 responden, akan tetapi hanya 178 responden yang memenuhi kriteria dalam penelitian kuantitatif ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan aplikasi AMOS. Untuk menentukan efek mediasi, uji *sobel test* digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan signifikan antara niat perilaku menggunakan LinkAja Syariah dengan norma subjektif, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan pengetahuan riba. Efek mediasi ditemukan pada hubungan persepsi manfaat dengan niat menggunakan LinkAja Syariah melalui pengetahuan riba (KR) sebagai variabel intervening. Selain itu, hubungan persepsi kemudahan dengan niat menggunakan LinkAja Syariah melalui pengetahuan riba (KR) juga terdapat efek mediasi. Sebaliknya, efek mediasi tidak ditemukan pada hubungan norma subjektif dengan niat menggunakan LinkAja Syariah melalui pengetahuan riba (KR).

Kata Kunci: norma subjektif, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, pengetahuan riba, niat