

## **Pengaruh Norma Subjektif dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Byond by BSI Melalui Pengetahuan Prinsip *Mashlahah***

**Aprilinda Umami Cholilah<sup>1\*</sup>, Imam Sopingi<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang, Indonesia

<sup>1</sup>[aprilindacholilah@mhs.unhasy.ac.id](mailto:aprilindacholilah@mhs.unhasy.ac.id), <sup>2</sup>[imamsopingi@unhasy.ac.id](mailto:imamsopingi@unhasy.ac.id)

\*Correspondence

DOI: [10.38073/pelita.v2i2.2838](https://doi.org/10.38073/pelita.v2i2.2838)

Received: April 2025

Revised: April 2025

Accepted: May 2025

Published: May 2025

### **Abstract**

Digital technology in the banking sector continues to develop, marked by the presence of services such as Byond by BSI. Hasyim Asy'ari University has collaborated with Bank Syariah Indonesia in paying UKT through virtual accounts. However, most students have not used the Byond by BSI application as their main means of payment. This study aims to explore the impact of subjective norms and risks on students' interest in using the Byond by BSI application, with an understanding of the *mashlahah* principle as a mediating factor. The research method applied uses a quantitative approach through a survey of 102 active UNHAS students from the 2021–2024 intake, who were selected using the purposive sampling method. Data were obtained through questionnaires and analyzed using outer and inner model testing with PLS 3 software. The results showed that subjective norms and knowledge of the *mashlahah* principle influenced the interest in using Byond by BSI, while risk did not have a direct effect. However, knowledge of the *mashlahah* principle was proven to mediate the influence of subjective norms and risks on interest in use. These findings indicate that understanding the *mashlahah* principle can strengthen social influence and reduce the impact of risk, thereby increasing the use of Byond by BSI.

**Keywords:** *Subjective Norms, Risk, Knowledge of Mashlahah Principles, Interest, Bank Syariah Indonesia*

### **Abstrak**

Teknologi digital di sektor perbankan terus berkembang, ditandai dengan hadirnya layanan seperti Byond by BSI. Universitas Hasyim Asy'ari telah bekerja sama dengan Bank Syariah Indonesia dalam pembayaran UKT melalui virtual account. Namun sebagian besar mahasiswa belum memanfaatkan aplikasi Byond by BSI sebagai sarana utama pembayaran. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi dampak norma subjektif dan risiko terhadap minat mahasiswa dalam memanfaatkan aplikasi Byond by BSI, dengan pemahaman tentang prinsip *mashlahah* sebagai faktor mediasi. Metode penelitian yang diterapkan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 102 mahasiswa aktif UNHAS angkatan 2021–2024, yang dipilih dengan metode purposive sampling. Data diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan pengujian outer dan inner model dengan software PLS 3. Hasilnya, norma subjektif dan pengetahuan prinsip *mashlahah* berpengaruh terhadap minat penggunaan Byond by BSI, sementara risiko tidak berpengaruh secara langsung. Namun, pengetahuan prinsip *mashlahah* terbukti dapat memediasi pengaruh norma subjektif dan risiko terhadap minat penggunaan. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap prinsip *mashlahah* dapat memperkuat pengaruh sosial dan mengurangi dampak risiko, sehingga meningkatkan penggunaan Byond by BSI.

**Kata Kunci:** *Norma Subjektif, Risiko, Pengetahuan Prinsip Mashlahah, Minat, Bank Syariah Indonesia*

## PENDAHULUAN

Indonesia diakui sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, di mana sebagian besar masyarakatnya menganut agama Islam.<sup>1</sup> Posisi ini memberikan potensi besar bagi pengembangan berbagai sektor ekonomi syariah, termasuk industri perbankan syariah. Seiring bertambahnya pemahaman masyarakat mengenai dasar-dasar keuangan Islam, kebutuhan akan layanan perbankan yang sesuai syariat terus mengalami pertumbuhan. Dalam beberapa tahun terakhir, sektor perbankan di Indonesia telah mengalami transformasi signifikan melalui adopsi teknologi *digital*, tercermin dari meningkatnya adopsi internet dan perangkat *mobile* di berbagai lapisan masyarakat.<sup>2</sup> Hal ini bisa dibuktikan dengan data dari hasil survei statistik indikator *digital* di Indonesia 2024 yang dirilis dari *website* wearesocial.com.<sup>3</sup> Data statistik indikator *digital* di Indonesia dijelaskan pada tabel 1.

**Tabel 1. Statistik Indikator *Digital* di Indonesia**

Statistik Indikator <i>Digital</i> di Indonesia	2023	2024
Total Populasi Indonesia	276.4 juta	278.7 juta
Total Pengguna Internet	212.9 juta	185.3 juta
Total Pengguna <i>Mobile Banking</i>	61.9 juta	72.7 juta

(Sumber : *wearesocial.com*, 2024)

Jumlah pengguna *mobile banking* meningkat dari 61,9 juta pada tahun 2023 menjadi 72,7 juta pada tahun 2024. Tren ini mencerminkan transformasi *digital* yang, khususnya dalam sektor keuangan, sekaligus membuka peluang besar bagi perbankan *digital* untuk memperluas jangkauannya. *Mobile banking* menjadi inovasi penting dalam industri perbankan modern, menawarkan kemudahan akses layanan finansial hanya melalui perangkat *mobile*. Salah satu penyedia layanan ini adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui aplikasi Byond by BSI, yang dirancang sebagai super app dengan layanan finansial, sosial, dan spiritual. Aplikasi ini juga menyasar generasi muda, termasuk mahasiswa, yang dikenal akrab dengan teknologi dan memerlukan solusi keuangan yang praktis dan aman.

Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang telah menjalin kerja sama dengan BSI untuk memfasilitasi pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) melalui sistem *virtual account*. Meski kebijakan ini mempermudah proses pembayaran, sebagian besar mahasiswa masih belum memanfaatkan aplikasi Byond by BSI sebagai sarana utama. Berdasarkan observasi awal terhadap 30 mahasiswa UNHAS, sebanyak 86,67% belum

<sup>1</sup> Wahid Ikhsanudin, Peni Haryanti, and Imam Sopingi, "Faktor Religiusitas Dan Promosi Dalam Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)," *JIES: Journal of Islamic Economics Studies* 5, no. 3 (2024): 167–78, <https://doi.org/10.33752/jies.v5i3.7467>.

<sup>2</sup> Niken Widowati and Mochammad Khusaini, "Adopsi Pembayaran Digital Qris Pada Umkm Berdasarkan Technology Acceptance Model," *Journal of Development Economic and Social Studies* 1, no. 2 (2022): 325–47, <https://doi.org/10.21776/jdess.2022.01.2.15>.

<sup>3</sup> wearesocial.com, "Digital 2024 Indonesia," 2024, <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>.

menggunakan aplikasi Byond by BSI, terutama karena kekhawatiran terhadap keamanan dan risiko teknis. Di sisi lain, hanya sekitar 13,33% dari mereka yang menggunakan Byond by BSI secara aktif. Mahasiswa yang menggunakan aplikasi tersebut menyatakan bahwa dukungan dari teman dan keluarga serta pemahaman mereka tentang prinsip syariah, terutama *mashlahah*, menjadi pendorong utama minat mereka untuk menggunakan Byond by BSI.

Dalam konteks ini, minat mahasiswa menjadi aspek penting yang harus dipahami. Minat merupakan sikap psikologis awal yang mendorong seseorang untuk menggunakan suatu layanan.<sup>4</sup> Kotler (2012) mendefinisikan minat sebagai kecenderungan yang muncul setelah seseorang menerima rangsangan dari suatu produk.<sup>5</sup> Dalam Islam, prinsip ini sejalan dengan QS. Al-Isra (17): 84

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۖ فَرُبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Artinya “Katakanlah (Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing” Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya”.

Dalam Tafsir Al-Wajiz dijelaskan, bahwa tiap individu bertindak sesuai dengan keyakinannya.<sup>6</sup> Ini berarti, minat mahasiswa terhadap *mobile banking* syariah juga sangat dipengaruhi oleh keyakinan pribadi terhadap nilai dan manfaat layanan tersebut.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi minat adalah norma subjektif. Norma subjektif mengacu pada pengaruh sosial yang berasal dari sekeliling, termasuk kerabat, sahabat, dan tokoh panutan. Dalam konteks layanan berbasis syariah seperti Byond by BSI, dukungan lingkungan sosial yang mengedepankan nilai-nilai Islam dapat meningkatkan keinginan mahasiswa untuk menggunakannya. Norma ini menjadi sangat penting karena mampu membentuk persepsi dan keputusan individu terhadap layanan *digital* syariah. Selain itu, risiko juga menjadi faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan *mobile banking*. Risiko-risiko seperti pencurian data, kesalahan transaksi, atau ketidakpatuhan terhadap prinsip syariah menjadi pertimbangan mahasiswa.<sup>7</sup> Sebagian mahasiswa UNHASy menyatakan bahwa ketidakpastian inilah yang menghambat mereka untuk menggunakan Byond by BSI, meskipun fitur dan manfaatnya telah tersedia.

Beberapa penelitian sebelumnya oleh Astiti & Yushita (2021), Dharmawan *et al*, (2021) telah menemukan pengaruh yang signifikan antara norma subjektif dan risiko

<sup>4</sup> Imam Sopingi, Peni Haryanti, and Rohmad Prio Santoso, “Pengaruh Label Halal, Variasi Produk, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif Terhadap Minat Beli,” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 8, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.11648>.

<sup>5</sup> Riana Pradina Putri, “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten)” (Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023).

<sup>6</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Wajiz*, Kedua (Beirut Lebanon, 1996).

<sup>7</sup> Aprilinda Umami Cholilah, Siti Fauziah, and Imam Sopingi, “Pengaruh Motivasi Dan Risiko Terhadap Niat Mahasiswa Ekonomi Islam Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia,” *JIES: Journal of Islamic Economics Studies* 4, no. 2 (2023): 124–33, <https://doi.org/10.33752/jies.v4i2.5751>.

terhadap minat.<sup>8,9</sup> Akan tetapi, penelitian lain oleh Salisa (2021) dan Achadi *et al*, (2021), menemukan hasil yang berbeda.<sup>10,11</sup> Oleh karena itu, hasil penelitian tersebut telah mendorong penulis untuk melakukan analisis lebih lanjut dengan memanfaatkan variabel mediasi yang berasal dari dalam individu, yaitu pengetahuan tentang prinsip *mashlahah*, namun jarang sekali penelitian yang mengintegrasikannya dalam satu model. Untuk itu, di dalam penelitian ini akan digunakan variabel pengetahuan prinsip *mashlahah* sebagai mediasi dari pengaruh norma subjektif dan risiko terhadap minat.

*Mashlahah* merupakan konsep inti dalam ekonomi Islam yang menekankan pada kemaslahatan, keadilan, dan kebermanfaatan.<sup>12</sup> Dalam praktik perbankan syariah, *mashlahah* diterapkan sebagai landasan untuk menghadirkan layanan yang tidak semata-mata berfokus pada aspek keuangan, melainkan juga bertujuan meningkatkan kondisi sosial dan ekonomi nasabah secara menyeluruh.<sup>13</sup> Pengetahuan mahasiswa tentang *mashlahah* diyakini dapat memperkuat keyakinan bahwa layanan seperti Byond by BSI sesuai dengan syariat Islam dan aman digunakan. Dengan memahami *mashlahah*, mahasiswa akan lebih percaya diri dan yakin dalam menggunakan layanan keuangan *digital* syariah. Pengetahuan prinsip *mashlahah* ini dapat memberikan efek mediasi dalam pengaruh norma subjektif dan risiko terhadap minat. Mahasiswa yang memperoleh dorongan dari lingkungan sosial untuk mempelajari *mashlahah* akan lebih memahami bahwa layanan seperti Byond by BSI bertujuan memberikan kemudahan dan perlindungan sesuai syariat.

Berdasarkan fenomena ini, penulis melihat bahwa belum ada penelitian sebelumnya yang menggabungkan variabel norma subjektif, risiko, pengetahuan prinsip *mashlahah*, dan minat dalam satu model, khususnya dengan objek mahasiswa UNHASY. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan metode berbeda, yakni menggunakan model mediasi/*intervening* dengan *software Partial Least Square* (PLS), dibandingkan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya menggunakan regresi linear berganda.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi hubungan pengaruh norma subjektif dan risiko terhadap minat mahasiswa Universitas Hasyim Asy'ari dalam

<sup>8</sup> Farida Dinda Astiti and Amanita Novi Yushita, "Pengaruh Faktor TAM, TPB, Persepsi Risiko Dan Fitur Terhadap Minat Penggunaan Produk E-Money Pada Mahasiswa FE-UNY," *PROFIT: Kajian Ilmu Akuntansi* 9, no. 1 (2021).

<sup>9</sup> Bima Satria Dharmawan, Mulyanto, and Rahmanita Vidyasari, "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Fintech," *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan* 8, no. 1 (2021): 1437–45, <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3876>.

<sup>10</sup> Naila Rizki Salisa, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Di Pasar Modal: Pendekatan Theory of Planned Behaviour (TPB)," *Jurnal Akuntansi Indonesia* 9, no. 2 (2021): 182–94, <https://doi.org/10.30659/jai.9.2.182-194>.

<sup>11</sup> Ady Achadi, Mayla Surveyandini, and Agus Prabawa, "Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Beli Secara Online Di Bukalapak.Com," *JIUBJ: Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 21, no. 3 (2021): 1207–12, <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i3.1628>.

<sup>12</sup> Muhibban Muhibban and Muhammad Misbakul Munir, "Pemberdayaan Ekonomi Berlandaskan Masalah Dalam Hukum Islam," *Jurnal Kajian Islam Modern* 10, no. 01 (2023): 34–45, <https://doi.org/10.56406/jkim.v10i01.311>.

<sup>13</sup> Indah Raisa Qur'ani, Imam Sopingi, and Ja Shiddiq, "Peran Layanan Off-Hours Pada BPRS Lantabur : Pendekatan Maqashid Syariah," *JIES: Journal of Islamic Economics Studies* 5, no. 3 (2024): 136–45, <https://doi.org/10.33752/jies.v5i3.7498>.

menggunakan aplikasi Byond by BSI, dengan pengetahuan tentang prinsip *mashlahah* yang berfungsi sebagai variabel mediasi. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam merancang strategi peningkatan pemanfaatan layanan keuangan syariah berbasis teknologi di kalangan generasi muda, khususnya di lingkungan pendidikan tinggi yang berbasis islam.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan model mediasi (*intervening*) untuk menganalisis pengaruh secara langsung dan secara tidak langsung antar variabel. Variabel independen dalam penelitian ini yakni norma subjektif dan risiko. Sedangkan variabel dependen nya adalah minat, dengan pengetahuan prinsip *mashlahah* sebagai variabel mediasi. Model ini memungkinkan penulis untuk menguji sejauh mana variabel pengetahuan prinsip *mashlahah* mampu menjembatani pengaruh antara norma subjektif dan risiko terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa aktif Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang angkatan 2021–2024 sebanyak 2.999 orang, karena mereka merupakan populasi yang telah terlibat dalam sistem pembayaran UKT berbasis *virtual account* BSI. Jumlah sampel ditentukan melalui rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% dan menghasilkan 102 responden.

Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, yaitu pendekatan dalam memilih sampel sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah responden yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Hasyim Asy'ari angkatan 2021-2024, telah menempuh mata kuliah Studi Hukum Islam atau Studi Teologi Islam, dan memiliki pengetahuan atau pengalaman dalam menggunakan *mobile banking*. Untuk pengumpulan data, digunakan instrumen berupa angket yang dirancang berdasarkan indikator norma subjektif, risiko, pengetahuan prinsip *mashlahah*, dan minat. Angket disusun dengan menggunakan skala likert 1–5, yang bertujuan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang terkait dengan masing-masing variabel. Masing-masing indikator variabel dikembangkan berdasarkan teori-teori yang relevan dan telah melalui proses uji validitas dan reliabilitas untuk menjamin keakuratan dan konsistensi pengukuran.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang diterapkan adalah model mediasi atau *intervening*. Sebelum melakukan pengujian hubungan antar variabel, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah menguji validitas konstruk melalui uji *outer model*. Pengujian ini meliputi validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas. Setelah semua kriteria uji *outer model* terpenuhi, langkah berikutnya adalah menguji hubungan antar variabel dalam konteks model mediasi dengan menggunakan uji *inner model*. Pengujian ini meliputi penentuan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan pengujian hipotesis melalui uji *direct effect* dan uji *indirect effect*. Uji *direct effect* bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan uji *indirect effect* digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel perantara/mediasi. Proses pengolahan data

dilakukan dengan bantuan *software* Partial Least Square (PLS) 3.<sup>14</sup>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif Responden

Berdasarkan tabel 1, dari 102 responden yang mendominasi adalah jenis kelamin perempuan yaitu dengan 55 responden. Sedangkan untuk jenis kelamin laki-laki terdapat 47 responden. Selain itu Universitas Hasyim Asy'ari memiliki 5 fakultas, dari 102 responden yang telah mengisi kuesioner mayoritas responden berasal dari Fakultas Ekonomi (47.1%), diikuti oleh Fakultas Agama Islam (32.4%). Fakultas Ilmu Pendidikan dengan (7.8%) Fakultas Teknik memiliki (8.8%) responden, sedangkan Fakultas Teknik Informatika memiliki jumlah responden paling sedikit, yaitu (3.9%). Sebagian besar responden berasal dari angkatan 2021 yakni 71 orang, diikuti oleh angkatan 2022 sebanyak 26 orang, dan angkatan 2023 dengan 5 orang.

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

No	Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)
1	<b>Jenis kelamin</b>		
	Laki-laki	47	46.1
	Perempuan	55	53.9
2	<b>Fakultas</b>		
	Fakultas Agama Islam	33	32.4
	Fakultas Ilmu Pendidikan	8	7.8
	Fakultas Teknik	9	8.8
	Fakultas Teknik Informatika	4	3.9
	Fakultas Ekonomi	48	47.1
3	<b>Tahun Angkatan</b>		
	2021	69	67.6
	2022	26	25.5
	2023	5	4.9
	2024	2	2.0
	<b>Total</b>	102	100

Sumber: Data diolah (2025)

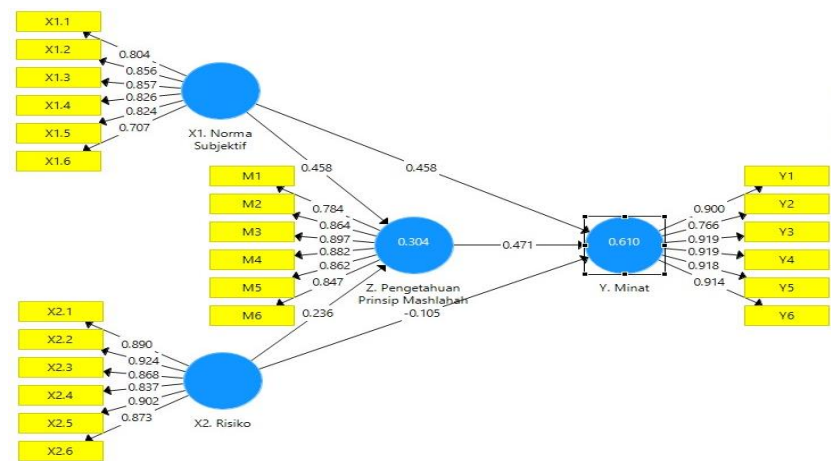
### Uji Outer Model

Dalam penerapan metode analisis data menggunakan SmartPLS untuk mengevaluasi *outer model*, ada tiga kriteria yang harus dipenuhi, yaitu validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas.

Validitas konvergen dievaluasi pada nilai *loading factor* dan nilai *average variance extracted* (AVE) untuk memastikan validitas indikator yang digunakan. Berdasarkan gambar 1 hasil analisis memperlihatkan bahwa seluruh nilai *loading factor* dari setiap indikator pada variabel norma subjektif, risiko, pengetahuan prinsip *mashlahah*, dan minat penggunaan Byond by BSI telah melampaui ambang batas minimum yang ditetapkan, yaitu  $> 0,70$ .<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Imam Sopingi et al., *Metode Penelitian Ekonomi Konsep, Metode, Dan Implementasi*, ed. Sarwandi, Cetakan Pe (Deli Serdang Sumatera Utara: PT. Mifandi Mandiri Digita, 2024).

<sup>15</sup> Juriko Abdussamad et al., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Metode Campuran : Buku Referensi* (Medan: PT. Media Penerbit Indonesia, 2024).



**Gambar 1. Loading Factor**  
(Sumber: Data diolah, 2025)

Selanjutnya, berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap konstruk juga telah melebihi batas minimum yakni 0.5.<sup>16</sup> Dengan demikian, semua indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini sudah memenuhi syarat validitas konvergen.

Tabel 3. Average Variance Extracted (AVE)	
	Average Variance Extracted (AVE)
Norma Subjektif	0.663
Risiko	0.779
Pengetahuan Prinsip Mashlahah	0.734
Minat	0.794

Sumber: Data diolah (2025)

Validitas diskriminan suatu indikator dianggap terpenuhi apabila nilai korelasi antara suatu konstruk dengan konstruk itu sendiri lebih besar daripada nilai korelasi dengan konstruk lainnya, yang dapat dianalisis dengan menggunakan kriteria Fornell-Larcker. Berdasarkan tabel 2, terbukti bahwa nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk itu sendiri memang lebih besar daripada korelasi terhadap konstruk lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan telah terpenuhi.

**Tabel 2. Fornell Larcker**

<sup>16</sup> Izzatun Nadzivah and Imam Sopingi, “Pelibatan Mahasiswa Sebagai Mediasi Pengaruh Sikap Terhadap Minat Koperasi Mahasiswa,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 17, no. 1 (2025): 86–91, <https://doi.org/10.55049/jeb.v17i1.399>.

**Discriminant Validity**

	X1. Norma Sub...	X2. Risiko	Y. Minat	Z. Pengetahua...
X1. Norma Sub...	0.814			
X2. Risiko	0.175	0.883		
Y. Minat	0.675	0.124	0.891	
Z. Pengetahua...	0.499	0.317	0.667	0.857

(Sumber: Data diolah, 2025)

Uji reliabilitas dapat dievaluasi melalui nilai Cronbach's alpha, rho\_a, dan composite reliability.<sup>17</sup> Data dianggap reliabel apabila nilai Composite Reliability, rho\_a, dan Cronbach's Alpha berada di atas 0,7.<sup>18</sup> Hasil pengujian yang ditunjukkan pada tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel telah memenuhi kriteria dengan nilai di atas 0,7 untuk composite reliability, rho\_a, dan Cronbach's alpha. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi standar uji reliabilitas dan dinyatakan reliabel.

**Tabel 3. Uji Reliabilitas**

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
X1. Norma Sub...	0.897	0.901	0.922
X2. Risiko	0.944	0.995	0.955
Y. Minat	0.947	0.953	0.958
Z. Pengetahua...	0.927	0.932	0.943

(Sumber: Data diolah (2025))

**Uji Inner Model**

Kriteria penilaian *inner model* dalam penelitian ini dilakukan dengan tiga teknik sebagaimana Sopingi *et al*, 2024, yakni menggunakan uji *direct effect*, *indirect effect*, dan uji koefisien determinansi (R-square).<sup>19</sup>

Uji pengaruh langsung (*direct effect*) digunakan untuk menganalisis pengaruh yang terjadi secara langsung antar variabel independen dan dependen tanpa melibatkan variabel mediasi. Hubungan dianggap berpengaruh apabila t-statistik > 1.96 dan p-value < 0.05.<sup>20</sup> Berikut ini disajikan hasil dari uji pengaruh langsung (*direct effect*) dalam

<sup>17</sup> Rahmad Solling Hamid and Suhardi M Anwar, *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program SmartPLS 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*, ed. Abiratno, Sofa Nurdianti, and Annis Diniati Raksanagara, cetakan 1 (Jakarta Pusat: PT Inkubator Penulis Indonesia, 2019), <http://digilib.stiem.ac.id:8080/xmlui/handle/123456789/626>.

<sup>18</sup> Peni Haryanti et al., "Analisis Kesadaran Halal Dan Sikap Pengusaha Gen Z Terhadap Sertifikasi Halal: Standar Keberlanjutan Dan Daya Saing Global," *Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan Dan Keagamaan (SAINSTEKNOPAK)* 8 (2024): 256–63.

<sup>19</sup> Imam Sopingi, Peni Haryanti, and Rohmad Prio Santoso, "Green Product : Snack Food Non-Plastic Sebagai Mediasi Minat Beli Gen Z," *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)* 9, no. 1 (2024): 1–18, <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.25664>.

<sup>20</sup> Imam Ghozali and Hengky Latan, *Partial Last Square: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS3.0*, edisi ke-2 (Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2018).



penelitian ini:

**Tabel 4. Hasil Uji Direct Effect**

H	Pengaruh	Original Sample	T Statistics > 1.96	P Value < 0.5	Keterangan
H1	X1 -> Y	0.458	3.580	0.000	Diterima
H3	X2 -> Y	-0.105	1.388	0.166	Ditolak
H5	Z -> Y	0.471	4.061	0.000	Diterima

Sumber: Data diolah (2025)

- 1) Berdasarkan tabel 4, diperoleh nilai original sample norma subjektif (X1) sebesar 0.458, dengan t-statistik  $3.580 > 1.96$  dan p-value  $0.000 < 0.05$ . Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap minat penggunaan Byond by BSI.
- 2) Berdasarkan tabel 4, diperoleh nilai original sample risiko (X2) sebesar -0.105, dengan t-statistik  $1.388 < 1.96$  dan p-value  $0.166 > 0.05$ . Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan Byond by BSI.
- 3) Berdasarkan tabel 4, diperoleh nilai original sample pengetahuan prinsip *mashlahah* (Z) sebesar 0.471, dengan t-statistik  $4.061 > 1.96$  dan p-value  $0.000 < 0.05$ . Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan prinsip *mashlahah* berpengaruh terhadap minat penggunaan Byond by BSI.

Uji pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui peran variabel mediasi. Berikut ini disajikan hasil uji pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) dalam penelitian ini.

**Tabel 5. Hasil Uji Indirect Effect**

H	Pengaruh	Original Sample (O)	T Statistics > 1.96	P Value < 0.5	Keterangan
H2	X1 -> Z -> Y	0.216	2.938	0.003	Diterima
H4	X2 -> Z -> Y	0.111	2.143	0.033	Diterima

Sumber: Data diolah (2025)

- 1) Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa norma subjektif (X1) berpengaruh terhadap minat (Y) penggunaan Byond by BSI melalui pengetahuan prinsip *mashlahah* (Z). Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t-statistik  $2.938 > 1.96$  dan p-value  $0.003 < 0.05$ .
- 2) Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa risiko (X2) berpengaruh terhadap minat (Y) penggunaan Byond by BSI melalui pengetahuan prinsip *mashlahah* (Z). Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t-statistik  $2.143 > 1.96$  dan p-value  $0.033 < 0.05$ .

Uji koefisien determinansi digunakan untuk menilai sejauh mana variasi variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.<sup>21</sup> Nilai koefisien determinasi yang dihasilkan dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

<sup>21</sup> Joseph F. Hair et al., "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM," *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 2–24, <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.

**Tabel 6. Koefisien Determinasi**

Variabel	Adjusted R-Squared	Keterangan
Pengetahuan Prinsip <i>Mashlahah</i>	0.289	Lemah
Minat	0.598	Kuat

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil dari uji koefisien determinasi yang tertera pada tabel 6, menunjukkan nilai Adjusted R-Square untuk pengetahuan prinsip *mashlahah* adalah 0.289 menunjukkan bahwa pengetahuan prinsip *mashlahah* dipengaruhi oleh norma subjektif dan risiko sebesar 28.9%, sedangkan sisanya sebesar 71,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Selanjutnya nilai Adjusted R-Squared untuk minat adalah 0.598, yang berarti minat dipengaruhi oleh norma subjektif dan risiko sebesar 59.8%, sedangkan sisanya sebesar 40.2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini

### **Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan Byond by BSI**

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan Byond by BSI. Sesuai dengan penelitian Putri (2023), dan Sodik *et al*, (2022), yang mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa norma subjektif mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.<sup>22,23</sup> Sebaliknya, penelitian oleh Alvira (2022), menemukan bahwa minat seseorang untuk menggunakan *fintech* tidak dipengaruhi oleh pendapat orang-orang sekitar.<sup>24</sup>

Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa norma subjektif merupakan salah satu faktor penting penentu utama niat berperilaku.<sup>25</sup> Dalam konteks perbankan *digital*, mahasiswa lebih terdorong untuk menggunakan Byond by BSI jika orang-orang di sekitarnya telah menggunakan dan merekomendasikannya, serta jika mereka terpapar ulasan positif melalui media sosial atau *platform digital* lainnya.<sup>26</sup> Sebaliknya, ketidakpercayaan dari lingkungan sekitar dapat menurunkan minat mahasiswa. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa lingkungan sosial berperan penting membentuk minat mahasiswa UNHAS dalam meningkatkan adopsi layanan Byond by BSI.

### **Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan Byond by BSI Melalui**

<sup>22</sup> Putri, “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten).”

<sup>23</sup> Fajar Sodik, Alifia Nur Zaida, and Khusnul Zulmiati, “Analisis Minat Penggunaan Pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM Dan TPB,” *Journal of Business Management and Islamic Banking* 1, no. 1 (2022): 35–53, <https://doi.org/10.14421/jbmib.2022.011-03>.

<sup>24</sup> Amalia Puspa De Alvira, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Sikap, Norma Subyektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (OVO)” (Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2022).

<sup>25</sup> Nudia Febriani Putri and Kristina Anindita Hayuningtias, “Aplikasi Theory Of Planned Behavior Terhadap Niat Beli Produk Skincare Halal Pada Gen Z,” *COSTING: Journal of Economic, Bussines and Accounting* 7, no. 2 (2024): 3610–18, <https://doi.org/10.31539/costing.v7i2.8530>.

<sup>26</sup> Taufik Fajar Hidayatullah and Yudi Sutarso, “Peran Media Sosial, Ulasan Daring, Dan Kepedulian Lingkungan Pada Perilaku Pembelian Green Product,” *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen* 7, no. 1 (2023): 23, <https://doi.org/10.31602/atd.v7i1.9217>.

### **Pengetahuan Prinsip *Mashlahah***

Berdasarkan hasil uji statistik dalam penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap minat penggunaan Byond by BSI yang dimediasi oleh pengetahuan prinsip *mashlahah*. Hal ini didukung oleh penelitian Setyawan (2023), dan Hatane *et al.* (2021), yang menyatakan bahwa pengetahuan memediasi pengaruh lingkungan sosial terhadap minat.<sup>27,28</sup>

Norma subjektif dalam teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) merujuk pada pengaruh sosial, misalnya pendapat kerabat, teman, atau lingkungan, yang memengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan suatu tindakan.<sup>29</sup> Pengetahuan tentang prinsip *mashlahah* berperan sebagai mediasi dalam hubungan ini. Ketika mahasiswa mendapatkan dorongan dari orang-orang di sekitarnya untuk memahami konsep *mashlahah*, bahwa layanan keuangan syariah seperti Byond by BSI dirancang untuk memberikan kemudahan, manfaat, dan keamanan sesuai syariat, mereka akan lebih sadar akan manfaat perbankan syariah. Pengetahuan ini kemudian akan meningkatkan minat mereka dalam menggunakan Byond by BSI. Hal ini menegaskan pentingnya lingkungan sosial dalam membentuk kesadaran dan minat seseorang terhadap layanan perbankan berbasis syariah.<sup>30</sup>

### **Pengaruh Risiko Terhadap Minat Penggunaan Byond by BSI**

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan, ditemukan bahwa risiko tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan Byond by BSI. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Pringgadini & Basiya (2022), yang menyatakan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan fintech.<sup>31</sup> Berbeda dengan penelitian oleh Azhad *et al.* (2022), yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa risiko berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan fintech.<sup>32</sup>

Dalam konteks *digital banking*, risiko umumnya mencakup beberapa aspek, seperti risiko keamanan data, risiko kegagalan transaksi, atau risiko kehilangan saldo. Jika risiko-risiko ini dianggap tinggi, seharusnya hal ini dapat mengurangi minat seseorang untuk

<sup>27</sup> Hendri Setyawan, "Pengaruh Lingkungan Pembelajaran Dan Sikap Mahasiswa Terhadap Minat Karir Akuntan: Peran Mediasi Intensi Peningkatan Pengetahuan," *Jurnal Economina* 2, no. 2 (2023): 709–18, <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.392>.

<sup>28</sup> Saaree Elsy Hatane et al., "Learning Environment, Students' Attitude and Intention to Enhance Current Knowledge in the Context of Choosing Accounting Career," *Journal of Applied Research in Higher Education* 13, no. 1 (2021): 79–97, <https://doi.org/10.1108/JARHE-06-2019-0156>.

<sup>29</sup> Abigail Jenifer and Mery Citra Sondari, "Kombinasi Teori Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB) Dalam Penggunaan Fitur Tawar Harga Pada Aplikasi Transportasi Online InDrive," 2023.

<sup>30</sup> Feby Efriani, Tri Fitri Juliani, and Lidia Desiana, "Analisis Persepsi Masyarakat Dan Peran Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah," *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen dan Ekonomi (J-SIME)* 1, no. 2 (2024): 86–101, <https://doi.org/10.71417/j-sime.v1i2.163>.

<sup>31</sup> Silvia Astri Pringgadini and Robertus Basiya, "Pengaruh Kepercayaan, Perceived Security, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay ( Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati )," *SEIKO: Journal of Management & Business* 5, no. 1 (2022): 574–84, <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1774>.

<sup>32</sup> Muhammad Naely Azhad, Silvania Putri Halim, and Ira Puspitadewi, "Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Jember)," *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS* 1, no. 10 (2022): 2035–42.

menggunakan layanan tersebut. Namun, dalam konteks penelitian ini, meskipun mahasiswa UNHASy menyadari adanya potensi risiko dalam penggunaan Byond by BSI, hal ini tidak serta-merta membuat mereka enggan untuk menggunakannya. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor lain yang lebih dominan dalam membentuk minat mahasiswa terhadap layanan ini, seperti faktor kemudahan, manfaat yang diperoleh serta tingginya kepercayaan mahasiswa terhadap BSI sebagai bank syariah yang kredibel.<sup>33</sup> Menurut Gefen *et al*, (2023), kepercayaan dapat mengurangi persepsi risiko dan meningkatkan minat pengguna terhadap suatu teknologi.<sup>34</sup>

### **Pengaruh Risiko Terhadap Minat Penggunaan Byond by BSI Melalui Pengetahuan Prinsip *Mashlahah***

Hasil analisis statistik dalam penelitian ini menunjukkan bahwa risiko mempengaruhi minat penggunaan Byond by BSI, dengan pengetahuan tentang prinsip *mashlahah* sebagai variabel mediasi. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Reviandani (2023), dan Maharani & Saputra (2021).<sup>35,36</sup>

Dalam konteks penelitian ini, pengetahuan prinsip *mashlahah* terbukti dapat memediasi hubungan pengaruh risiko terhadap minat penggunaan Byond by BSI, dapat diartikan bahwa meskipun ada kekhawatiran terhadap risiko, seperti keamanan data atau kesalahan sistem, hal itu bisa diredam atau dikelola dengan baik jika mahasiswa memiliki pengetahuan yang cukup tentang prinsip *mashlahah*. Ketika mahasiswa memahami bahwa layanan Byond by BSI dirancang untuk memberikan kemaslahatan atau manfaat sesuai nilai-nilai Islam, maka persepsi terhadap risiko akan berubah menjadi lebih positif. Jadi, pemahaman terhadap *mashlahah* membantu mengubah pandangan terhadap risiko dan mendorong minat penggunaan.<sup>37</sup>

### **Pengaruh Pengetahuan Prinsip *Mashlahah* Terhadap Minat Penggunaan Byond by BSI**

Hasil analisis statistik dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa pengetahuan tentang prinsip *mashlahah* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan Byond by BSI. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ruslan & Rahma

<sup>33</sup> Nur Anim Jauhariyah, Eko Budiwono, and Ulan Ani Setiawaty, "Pengaruh Pelayanan Islami Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah BSI Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Kabupaten Banyuwangi," *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis* 9, no. 2 (2023): 198–205, <https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i2.2443>.

<sup>34</sup> David Gefen, Elena Karahanna, and Detmar W. Straub, "Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model," *MIS: Management Information Systems Research Center* 27, no. 1 (2003), <https://doi.org/10.2307/30036519>.

<sup>35</sup> Wasti Reviandani, "Pengetahuan Investasi Memediasi Pengaruh Persepsi Return Dan Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa," *Jurnal Manajerial* 10, no. 02 (2023): 377, <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v10i02.5523>.

<sup>36</sup> A Maharani and F Saputra, "The Relationship between Investment Motivation, Investment Knowledge and Minimum Capital on Investment Interest," *Journal of Law, Politics and Humanities* 2, no. 1 (2021): 23–32.

<sup>37</sup> Salsa Dea Safira, Diah Ernawati, and Muhammad Iqbal, "Penerapan Technology Acceptance Model Dalam Meningkatkan Minat Menggunakan Kembali M-Banking Livin by Mandiri," *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* 11, no. 1 (2023): 28–40, <https://doi.org/10.30871/jaemb.v11i1.3961>.

(2022), yang menyatakan bahwa pengetahuan mempunyai pengaruh terhadap minat.<sup>38</sup> Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Safitri & Mubarak (2022), yang menunjukkan bahwa pengetahuan tidak mempengaruhi minat.<sup>39</sup>

*Mashlahah* merujuk pada segala hal yang membawa manfaat kemudahan dan mencegah kerugian bagi manusia, baik di dunia maupun di akhirat. Ketika mahasiswa memiliki pemahaman tentang *mashlahah*, mereka lebih mungkin untuk tertarik menggunakan Byond by BSI karena aplikasi ini dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI), yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah dan bertujuan memberikan manfaat bagi penggunaannya. Mereka akan melihat bahwa layanan seperti Byond by BSI tidak hanya menawarkan kemudahan dalam transaksi, tetapi juga memastikan bahwa setiap fitur dan produknya sesuai dengan aturan syariah yang menghindari unsur riba, *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (spekulasi).<sup>40</sup> Kesadaran ini pada akhirnya meningkatkan minat mereka untuk menggunakan aplikasi Byond by BSI dibandingkan dengan layanan keuangan *digital* lainnya yang mungkin tidak berbasis syariah.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa Universitas Hasyim Asy'ari angkatan 2021–2024 dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI dipengaruhi oleh norma subjektif dan pengetahuan prinsip *mashlahah*. Uji *direct effect* mengonfirmasi bahwa norma subjektif dan pengetahuan prinsip *mashlahah* berpengaruh terhadap minat penggunaan Byond by BSI. Uji *indirect effect* lebih lanjut membuktikan bahwa pengetahuan prinsip *mashlahah* dapat memediasi pengaruh norma subjektif dan risiko terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI.

Hasil dari temuan ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa UNHASY terhadap teknologi berbasis syariah tidak hanya dipengaruhi oleh tekanan sosial eksternal, akan tetapi juga oleh pemahaman internal terhadap nilai kemaslahatan Islam yang memberikan rasa aman, manfaat, dan kesesuaian syariah. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian dalam psikologi sosial dan psikologi keagamaan, dengan menunjukkan bahwa nilai-nilai agama seperti *mashlahah* dapat menjadi variabel psikologis yang menjembatani antara norma sosial, risiko dan perilaku *digital*, khususnya dalam konteks penerapan teknologi keuangan syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, Juriko, Imam Sopingi, Budi Setiawan, and Nurhikmah Sibua. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Metode Campuran : Buku Referensi*. Medan:

<sup>38</sup> Nurfitriah Ruslan and Rika Rahma, “Pengaruh Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Parepare Pada Masyarakat Kelurahan Labukkang,” *DECISION : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3, no. 2 (2022).

<sup>39</sup> Eka Nur Safitri and Zaki Mubarak, “Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 03 (2022): 2875–81.

<sup>40</sup> Yessi Faridah Dwi Fauziyyah and Masyhudan Dardiri, “Efektivitas Transaksi Layanan Digital Melalui Aplikasi Lantabur Mobile Berdasarkan Islamic Economics,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 1, no. 4 (2023): 615–28, <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.526>.

PT. Media Penerbit Indonesia, 2024.

- Achadi, Ady, Mayla Surveyandini, and Agus Prabawa. "Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Beli Secara Online Di Bukalapak.Com." *JIUBJ: Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 21, no. 3 (2021): 1207–12. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i3.1628>.
- Alvira, Amalia Puspa De. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Sikap, Norma Subyektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (OVO)." Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2022.
- Astiti, Farida Dinda, and Amanita Novi Yushita. "Pengaruh Faktor TAM, TPB, Persepsi Risiko Dan Fitur Terhadap Minat Penggunaan Produk E-Money Pada Mahasiswa FE-UNY." *PROFITA: Kajian Ilmu Akuntansi* 9, no. 1 (2021).
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Tafsir Al-Wajiz*. Kedua. Beirut Lebanon, 1996.
- Azhad, Muhammad Naely, Silvania Putri Halim, and Ira Puspitadewi. "Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Jember)." *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS* 1, no. 10 (2022): 2035–42.
- Cholilah, Aprilinda Umami, Siti Fauziah, and Imam Sopingi. "Pengaruh Motivasi Dan Risiko Terhadap Niat Mahasiswa Ekonomi Islam Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia." *JIES: Journal of Islamic Economics Studies* 4, no. 2 (2023): 124–33. <https://doi.org/10.33752/jies.v4i2.5751>.
- Dharmawan, Bima Satria, Mulyanto, and Rahmanita Vidyasari. "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Fintech." *Account; Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan* 8, no. 1 (2021): 1437–45. <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3876>.
- Efriani, Feby, Tri Fitri Juliani, and Lidia Desiana. "Analisis Persepsi Masyarakat Dan Peran Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen Ekonomi (J-SIME)* 1, no. 2 (2024): 86–101. <https://doi.org/10.71417/j-sime.v1i2.163>.
- Fauziyyah, Yessi Faridah Dwi, and Masyhudan Dardiri. "Efektivitas Transaksi Layanan Digital Melalui Aplikasi Lantabur Mobile Berdasarkan Islamic Economics." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 1, no. 4 (2023): 615–28. <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.526>.
- Gefen, David, Elena Karahanna, and Detmar W. Straub. "Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model." *MIS: Management Information Systems Research Center* 27, no. 1 (2003). <https://doi.org/10.2307/30036519>.
- Ghozali, Imam, and Hengky Latan. *Partial Last Square: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS3.0*. Edisi ke-2. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2018.
- Hair, Joseph F., Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, and Christian M. Ringle. "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM." *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.
- Hamid, Rahmad Solling, and Suhardi M Anwar. *Structural Equation Modeling (SEM)*

- Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program SmartPLS 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. Edited by Abiratno, Sofa Nurdianti, and Annis Diniati Raksanagara. Cetakan 1. Jakarta Pusat: PT Inkubator Penulis Indonesia, 2019. <http://digilib.stiem.ac.id:8080/xmlui/handle/123456789/626>.
- Haryanti, Peni, Imam Sopingi, Athi' Hidayati, Anita Musfiroh, Rachma Agustina, and Lola Malihah. "Analisis Kesadaran Halal Dan Sikap Pengusaha Gen Z Terhadap Sertifikasi Halal: Standar Keberlanjutan Dan Daya Saing Global." *Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan Dan Keagamaan (SAINSTEKNOPAK)* 8 (2024): 256–63.
- Hatane, Saarse Elsy, Felicia Jesslyn Setiono, Fannie Felita Setiawan, Hatane Semuel, and Yenni Mangoting. "Learning Environment, Students' Attitude and Intention to Enhance Current Knowledge in the Context of Choosing Accounting Career." *Journal of Applied Research in Higher Education* 13, no. 1 (2021): 79–97. <https://doi.org/10.1108/JARHE-06-2019-0156>.
- Hidayatullah, Taufik Fajar, and Yudi Sutarso. "Peran Media Sosial, Ulasan Daring, Dan Kepedulian Lingkungan Pada Perilaku Pembelian Green Product." *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen* 7, no. 1 (2023): 23. <https://doi.org/10.31602/atd.v7i1.9217>.
- Ikhsanudin, Wahid, Peni Haryanti, and Imam Sopingi. "Faktor Religiusitas Dan Promosi Dalam Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)." *JIES: Journal of Islamic Economics Studies* 5, no. 3 (2024): 167–78. <https://doi.org/10.33752/jies.v5i3.7467>.
- Jauhariyah, Nur Anim, Eko Budiwyono, and Ulan Ani Setiawaty. "Pengaruh Pelayanan Islami Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah BSI Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Kabupaten Banyuwangi." *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis* 9, no. 2 (2023): 198–205. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i2.2443>.
- Jenifer, Abigael, and Mery Citra Sondari. "Kombinasi Teori Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB) Dalam Penggunaan Fitur Tawar Harga Pada Aplikasi Transportasi Online InDrive," 2023.
- Maharani, A, and F Saputra. "The Relationship between Investment Motivation, Investment Knowledge and Minimum Capital on Investment Interest." *Journal of Law, Politics and Humanities* 2, no. 1 (2021): 23–32.
- Muhibban, Muhibban, and Muhammad Misbakul Munir. "Pemberdayaan Ekonomi Berlandaskan Maslahah Dalam Hukum Islam." *Jurnal Kajian Islam Modern* 10, no. 01 (2023): 34–45. <https://doi.org/10.56406/jkim.v10i01.311>.
- Nadzivah, Izzatun, and Imam Sopingi. "Pelibatan Mahasiswa Sebagai Mediasi Pengaruh Sikap Terhadap Minat Koperasi Mahasiswa." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 17, no. 1 (2025): 86–91. <https://doi.org/10.55049/jeb.v17i1.399>.
- Pringgadini, Silvia Astri, and Robertus Basiya. "Pengaruh Kepercayaan , Perceived Security , Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay ( Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati )." *SEIKO : Journal of Management & Business* 5, no. 1 (2022): 574–84. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1774>.
- Putri, Nudia Febriani, and Kristina Anindita Hayuningtias. "Aplikasi Theory Of Planned Behavior Terhadap Niat Beli Produk Skincare Halal Pada Gen Z."



- COSTING: Journal of Economic, Bussines and Accounting* 7, no. 2 (2024): 3610–18. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i2.8530>.
- Putri, Riana Pradina. “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten).” Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023.
- Qur’ani, Indah Raisa, Imam Sopingi, and Ja Shiddiq. “Peran Layanan Off-Hours Pada BPRS Lantabur: Pendekatan Maqashid Syariah.” *JIES: Journal of Islamic Economics Studies* 5, no. 3 (2024): 136–45. <https://doi.org/10.33752/jies.v5i3.7498>.
- Reviandani, Wasti. “Pengetahuan Investasi Memediasi Pengaruh Pepresepsi Return Dan Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa.” *Jurnal Manajerial* 10, no. 02 (2023): 377. <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v10i02.5523>.
- Ruslan, Nurfitriah, and Rika Rahma. “Pengaruh Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Parepare Pada Masyarakat Kelurahan Labukkang.” *DECISION: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3, no. 2 (2022).
- Safira, Salsa Dea, Diah Ernawati, and Muhammad Iqbal. “Penerapan Technology Acceptance Model Dalam Meningkatkan Minat Menggunakan Kembali M-Banking Livin by Mandiri.” *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* 11, no. 1 (2023): 28–40. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v11i1.3961>.
- Safitri, Eka Nur, and Zaki Mubarak. “Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 03 (2022): 2875–81.
- Salisa, Naila Rizki. “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Di Pasar Modal: Pendekatan Theory of Planned Behaviour (TPB).” *Jurnal Akuntansi Indonesia* 9, no. 2 (2021): 182–94. <https://doi.org/10.30659/jai.9.2.182-194>.
- Setyawan, Hendri. “Pengaruh Lingkungan Pembelajaran Dan Sikap Mahasiswa Terhadap Minat Karir Akuntan: Peran Mediasi Intensi Peningkatan Pengetahuan.” *Jurnal Economina* 2, no. 2 (2023): 709–18. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.392>.
- Sodik, Fajar, Alifia Nur Zaida, and Khusnul Zulmiati. “Analisis Minat Penggunaan Pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM Dan TPB.” *Journal of Business Management and Islamic Banking* 1, no. 1 (2022): 35–53. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2022.011-03>.
- Sopingi, Imam, Peni Haryanti, and Rohmad Prio Santoso. “Green Product : Snack Food Non-Plastic Sebagai Mediasi Minat Beli Gen Z.” *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)* 9, no. 1 (2024): 1–18. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.25664>.
- Imam Sopingi, Peni Haryanti, and Rohmad Prio Santoso. “Pengaruh Label Halal, Variasi Produk, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif Terhadap Minat Beli.” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 8, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.11648>.
- Sopingi, Imam, Hernawaty Manalu, Fahrudin Ramly, Ikram Mubarak, Putri Patria Kusuma, Feliks Arfid Guampe, Eni Farida, et al. *Metode Penelitian Ekonomi Konsep, Metode, Dan Implementasi*. Edited by Sarwandi. Cetakan Pe. Deli Serdang Sumatera Utara: PT. Mifandi Mandiri Digita, 2024.



wearesocial.com. “Digital 2024 Indonesia,” 2024.  
<https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>.

Widowati, Niken, and Mochammad Khusaini. “Adopsi Pembayaran Digital Qris Pada Umkm Berdasarkan Technology Acceptance Model.” *Journal of Development Economic and Social Studies* 1, no. 2 (2022): 325–47.  
<https://doi.org/10.21776/jdess.2022.01.2.15>.