**PENGARUH TRANSAKSI UANG ELEKTRONIK TERHADAP**

**KEPUASAN KONSUMEN MENURUT EKONOMI SYARI’AH**

(Studi Kasus pada mahasiswa STAI La Tansa Mashiro)

**THE EFFECT OF ELECTRONIC MONEY TRANSACTIONS ON**

**CUSTOMER SATISFACTION ACCORDING TO SHARIA ECONOMY**

**(Case Study At STAI student La Tansa Mashiro)**

**Budiman1 Endah Robiatul Adawiyah2 Mahmud Syukri 3, Ibadurohmah4**

[budimanibud@gmail.com](mailto:budimanibud@gmail.com).

[endah@staidarussalam.ac.id](mailto:endah@staidarussalam.ac.id)

[ukiubaid@gmail.com](mailto:ukiubaid@gmail.com)

ibadurhmh@gmail.com

1STAI La Tansa Mashiro Rangkasbitung-Banten -Indonesia

2Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Kunir Subang- Jawa Barat-Indonesia

3 Sekolah Tinggi Agama Islam K.H. Abdul Kabier Banten-Indonesia

4 Sekolah Tinggi Agama Islam K.H. Abdul Kabier Banten- Indonesia

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ARTICLE INFO** |  | *ABSTRACT* ***Purpose****:**The Paper is to study the Effect Of Electronic Money Transactions On Customer Satisfaction According To Sharia Economy (Case Study at STAI La Tansa Mashiro Students)*  ***Design/Method/Approach*** *: This study uses a descriptive quantitative approach with a questionnaire as an instrument to obtain data. The questionnaire was made in the form of a google form and distributed online, to 110 samples from all students. Sampling was carried out using a purposive sampling method with 2 categories, namely activity and use of the OVO or Go-pay e-wallet application to make transactions, to objectively measure socio-economic phenomena in electronic money transactions on consumer satisfaction*  ***Findings:*** *Based on the results of the study, it shows that there is a significant positive effect between Electronic Money Transactions on Consumer Satisfaction. This statement is proven by the results of the t and f test calculations, where t count is 3.724 while t table is 1.659 with a significant level <0.05, namely 0.001 <0.05, then t count > from t table, namely 3.724 > 1.659. While the f test produces an f count of 13.871 while the f table is 3.08 with a significant level <0.05, then the f count is 13.871 > 3.08 and the value of Sig. < 0.05 ie 0.001 < 0.05. This comparison understands that Ho is rejected and Ha is accepted. The calculation results of the t test and f test are strengthened based on the coefficient of determination (R²) of 0.114. The results of this study indicate that there is a real influence from the variable Electronic Money Transactions on Consumer Satisfaction at STAI La Tansa Mashiro Students*  ***Originality/Values****:*  *a. There is a significant positive effect and implementation between Electronic Money Transactions on Consumer Satisfaction. This statement is proven by the results of the t and f test calculations, where the t test produces a t count of 3.724 while t table is 1.659 with a significant level <0.05, namely 0.001 <0.05, then t count > from t table, namely 3.724 > 1.659. While the f test produces an f count of 13.871 while the f table is 3.08 with a significant level <0.05, then the f count is 13.871 > 3.08 and the value of Sig. < 0.05 ie 0.001 < 0.05. This comparison understands that Ho is rejected and Ha is accepted. The calculation results of the t test and f test are strengthened based on the coefficient of determination (R²) of 0.114. The results of this study indicate that there is a real influence from the variable Electronic Money Transactions on Consumer Satisfaction at STAI La Tansa Mashiro Students*  *b. The Islamic economic perspective in the use of electronic money according to DSN MUI Fatwa No. 116 of 2017 provisions regarding Islamic electronic money stipulates that legal electronic money may be used as a means of payment by following the provisions in this fatwa.* |
| *Article History:*  Received  Revised  Accepted |
| *Keywords:*  *Transactions, Electronic Money, Consumer Satisfaction* |
| *Paper Type:*  Research Paper  *Electronic Money Transactions On Customer Satisfaction According To Sharia Economy* |

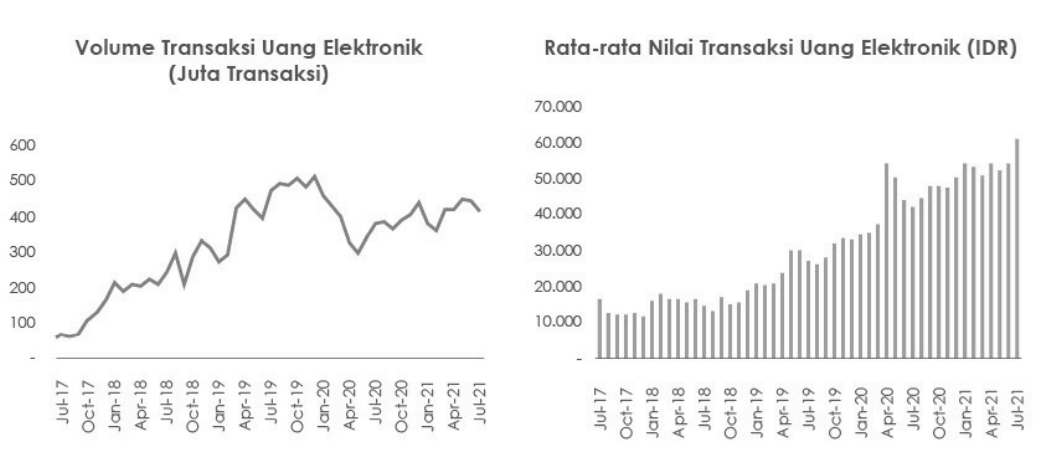
**INTRODUCTION**

Sistem pembayaran sudah mengalami kemajuan yang pesat era sekarang dan tidak dapat dipisahkan dari perkembangan mata uang yang terjadi.[[1]](#footnote-1) kegiatan ekonomi dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam bidang transaksi jual beli online, transfer mobile, dan juga pembayaran dan pembelian dengan menggunakan kartu kredit.[[2]](#footnote-2) Fintech telah merubahan gaya hidup menjadi serba cepat dan praktis, yang diakibatkan oleh adanya perkembangan ekonomi dengan menggunakan model fintech yang modern, efektif, dan efisien.[[3]](#footnote-3) Seiring dengan perkembangan Kemajuan teknologi pada pembayaran dapat menggeser eksistensi uang tunai (*currency*) ke dalam bentuk pembayaran digital yang lebih mudah dan praktis sehingga dapat menghemat waktu lebih banyak.[[4]](#footnote-4) di kota-kota besar, penggunaan uang elekronik sudah sangat tinggi karena tingkat perputaran uang diperkotaan lebih cepat daripada perputaran uang di pedesaan atau dikota-kota kecil.[[5]](#footnote-5)

E-money memberikan keunggulan serta mengedepankan kecepatan, kemudahan dan efisiensi jika dibandingkan dengan pembayaran nontunai lainnya, e-money lebih memberikan kemudahan yang tidak dapat dari pembayaran secara tunai.[[6]](#footnote-6). Sistem pembayaran adalah komponen penting dalam ekonomi dan juga berperan penting terciptanya stabilitas keuangan serta implementasi kebijakan moneter. [[7]](#footnote-7). Berdasarkan Bank Indonesia ada 48 penyelengara jasa sistem pembayaran kegiataan transaksi secara non tunai. Dimana ada 14 perbankan dan 34 pihak non perbankan.[[8]](#footnote-8). Uang elektronik memiliki dasar hukum yang kuat sebagai mana yang dikeluarkan oleh bank Indonesia sehingga hukumnya Sah sebagai transaksi pembayaran untuk menggantikan transaksi dalam bentuk tunai.[[9]](#footnote-9) Hal ini mendorong perubahan pada inovasi baru dalam pembayaran, yakni munculnya alat pembayaran elektronik yang dikenal dengan uang elektronik.[[10]](#footnote-10). Meski uang elektronik mengalami perkembangan yang signifikan namun pada kenyataannya implementasi penggunaan uang elektronik secara maksimal belum dapat digunakan sepenuhnya oleh masyarakat .[[11]](#footnote-11) *E-money* dapat dikatakan menuju ke arah positif dikalangan Mahasiswa sebagai kaum terpelajar yang memiliki sifat terbuka terhadap perkembangan teknologi [[12]](#footnote-12). dimana Tujuan dari *e-money* sebagai alat pembayaran mampu memberikan manfaat serta kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi tanpa perlu lagi membawa uang secara tunai [[13]](#footnote-13).

Kelebihan *e-money* dibanding uang fisik. Pertama, melakukan transaksi tanpa membawa banyak uang fisik. Kedua, dapat melakukan transaksi lebih cepat [[14]](#footnote-14). Sedangkan Uang elektronik mulai popular di Indonesia pada 2007 dengan produk Flazz dari BCA kemudian *E- Money* dari Bank Mandiri serta Brizzi dari Bank BNI yang kemudian banyak bermunculan bank lain [[15]](#footnote-15). Dengan menggunakan transaksi yang mudah sebuah perusahaan akan mendapat kepercayaan yang baik sehingga profitabilitas meningkat, dimana Semakin baik rasio profitabilitas sebuah perusahaan maka semakin baik pula perolehan dan keuntungan perusahaan.[[16]](#footnote-16) Jumlah transaki uang elektronik meningkat seiring banyaknya pengguna teknologi yang begitu canggih dan memudahkan proses transaksi[[17]](#footnote-17), karena teknologi menjadi potensi otomatisasi dalam berbagai transakasi dalam berbagai bidang [[18]](#footnote-18)

**Gambar 1.1. Volume dan Rata-rata Transaki Uang Elektronik**



Adanya peningkatan jumlah transaksi dengan menggunakan uang elektronik, sistem pembayaran uang elektronik memudahkan UMKM untuk bertransaksi, Kemudian disusul dengan Adanya kerjasama antara para pelaku UMKM dengan pihak penyelenggara uang elektronik akan meningkatkan keuangan inklusif dan mendorong kemajuan perekonomian di Indonesia [[19]](#footnote-19). Sebagaimana Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan pilar terpenting dalam menopang kemajuan dan pertumbuhan perekonomian Indonesia[[20]](#footnote-20), hal ini menjadi peluang bagi siapa aja yang memiliki kemampuan dinamis[[21]](#footnote-21).

Transaksi ekonomi yang dinamis dipengaruhi perkembangan teknologi serta adanya perubahan pola hidup masyarakat yang mempengaruhi sistem pembayaran secara elektronik atau non tunai [[22]](#footnote-22). Begitu juga Perkembangan non tunai mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, Karena kemajuan teknologi serta perubahan pola hidup masyarakat yang kemudian mendorong inovasi untuk menambah macam-macam transaksi non tunai [[23]](#footnote-23) Kehadiran pembayaran non tunai yang dijelaskan di atas, tidak hanya disebabkan oleh inovasi sektor perbankan namun juga didorong oleh kebutuhan masyarakat yang mengharapkan kemudahan dalam transaksi[[24]](#footnote-24), membutuhkan perhatian serius dari manajemen keuangan, pemasaran, dan informasi yang harus disinergikan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat [[25]](#footnote-25).

Di kalangan mahasiswa sudah tidak lagi menjadi hal asing bagi mereka terkait dengan penggunaan transaksi uang elektonik atau dompet digital. dompet digital dengan memiliki trend masa kini menawarkan beberapa kemudahan serta kefektifan pada pelaksanaan transaksi bagi mahasiswa serta masyarakat dalam membelanjakan uangnya [[26]](#footnote-26). Dari beberapa merek dompet digital yang bermunculan baik dikalangan masyarakat atau mahasiswa terdapat setidaknya tiga merek yang dianggap sebagai market leader di Indonesia, diantranya Go-Pay, OVO, dan T-cash [[27]](#footnote-27). Peningkatan transaksi dan jual beli online yang menjadi faktor meningkatnya penggunaan *e-money*. Kalangan Mahasiswa banyak yang menggunakan transaksi metode digital *payment* dengan beberapa asalan serta kemudahan yang didapatkannya [[28]](#footnote-28). Jika dilihat dari Pengguna aplikasi dompet digital generasi milenial lebih banyak dibandingkan generasi 70 an, hal ini menjukan prilaku konsumen yang bersifat dinamis, yang dapat berubah sepanjang waktu [[29]](#footnote-29).

Sebagaimana mahasiswa yang harus lebih produktif dan efisien dalam melakukan transaksi baik *online* maupun *offline* [[30]](#footnote-30). Kemudian gaya mahasiswa sekarang lebih identik dengan *lifestyle* yang *up to date*, sehingga mereka akan peka terhadap perkembangan teknologi dan banyak menggunakannya untuk melakukan transaksi dipasaran. Pesatnya Perkembangan teknologi khususnya pada *Fintech* (*financial technology)* mendorong kalangan mahasiswa untuk peka terhadap kemajuan zaman dan mulai beralih kepada bentuk online baik dalam transaksi perbelanjaan atau transaksi lainnya [[31]](#footnote-31).

Penggunaan sistem penggunaan uang elektronik mendapatkan banyak sekali tanggapan dari masyarakat terkait dengan kemudahan dan manfaat yang didapatkan dalam menggunakan transaksi *online*, sebagaimana Persepsi mahasiswa juga dalam hal kemudahan penggunaan sebagai bentuk kepercayaan terhadap pengambilan keputusan dalam mengambil kebijakan baik itu dalam ruang lingkup individu maupun organisai. Kemudahan ini mengarah pada kepercayaan terhadap penggunaan sistem yang bebas dari usaha berlebih [[32]](#footnote-32). Di sisi lain banyaknya pengguna dikalangan milenial juga karena sistem ini dianggap sebagai bentuk kemajuan dalam bertransaksi maka dengan demikian pengguna *fintech* dikalangan mahasiswa yang sudah cukup tinggi ini peningkatannya bukan secara tiba-tiba melainkan dengan alasan sebagaimana yang didapatkan dari kemudahan akses dan kemudahan bertransaksi [[33]](#footnote-33). Kemudahan bertransaksi dengan menggunakan *GO-PAY* juga didukung Pemerintah dalam sebuah kebijakan yang dinamakan dengan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dan *GO-PAY* sudah mempunyai izin dari Bank Indonesia [[34]](#footnote-34). Kemudian pemerintah melalui Majelis Ulama Indonesia menyesuaikan dengan perkembangan dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Melalui Fatwa DSN-MUI No:116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah.[[35]](#footnote-35) Di Indonesia *financial technology* (*fintech*) yang dikenal dalam kurun beberapa tahun terakhir, salah satunya yaitu OVO dan *Go-Pay* [[36]](#footnote-36), kemudian OVO melakukan ekspansi serta promosi serta kerjasama dengan ribuan *merchant* yang ada di seluruh Indonesia. [[37]](#footnote-37) Salah satu perusahaan Indonesia yang bergerak dalam dunia tansportasi yakni Gojek, memperkenalkan *Gopay* sebagai alat pembayaran pada 2016 [[38]](#footnote-38).

Uang elektronik yang lebih *fleksibel*, yaitu GoPay dan OVO yang merupakan fasilitas dalam aplikasi berbasis *online* [[39]](#footnote-39) Kemudahan dalam bertransaksi merupakan hal paling diminati mahasiswa dengan kesibukan yang tinggi. Mahasiswa lebih memilih GoPay, dan OVO daripada dompet digital [[40]](#footnote-40). OVO merupakan produk layanan *fintech* yang sedang berkembang pesat untuk pembayaran belanja online dan offline serta transportasi online [[41]](#footnote-41). Generasi millenial ataupun mahasiswa terkesan sangat konsumtif dalam melakukan transaksi atau berbelanja dengan menggunakan e-wallet karena itu memudahkan, cepat dan efisien [[42]](#footnote-42).

Melihat dari perkembangan Teknologi, mahasiswa akan memberikan respon yang baik terhadap perkembangan yang ada namun dibalik itu semua, perlunya ada kepuasan yang diberikan oleh penyelenggara sistem transaki online sehingga kepercayaan pengguna tidak lagi terkendala dengan hal-hal yang sifatnya teknis. Kabupaten Lebak merupakan sebuah wilayah yang memiliki banyak mahasiswa terdiri dari beberapa kampus salah satunya STAI La Tansa Mashiro, dengan pengguna aplikasi Gopay dan Ovo dalam bertransaki hampir 85% mahasiswa yang ada di Sekitar Rangkasbitung pernah menggunakan aplikasi tersebut, namun tidak sedikit yang kemudian meninggalkannya dengan alasan yang beragam dan literasi keuangan yang tidak begitu baik.

Banyak penelitian yang telah membahas ini seperti penelitian, penulis hanya mengambil beberapa rujukan seperti penelitian Husein[[43]](#footnote-43) yang melihat sisi promosi dan manfaat dari dompet digital. Penelitian Risya melihat dampak promosi Cashback [[44]](#footnote-44), Putri Nadhila melihat aspek efektifitas e-wallet dikalangan mahasiswa[[45]](#footnote-45), Nawawi [[46]](#footnote-46), dan penelitian Triana melihat sisi hukum dalam transaksi e-money dari Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/Pbi/2018[[47]](#footnote-47). Beberapa penelitian tersebut tidak mengangkat sisi kepuasan pengguna dan sisi hukum transaksi secara syari’at Islam, sehingga peneliti merasa penting untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk menganalisis asumsi keberpengaruhan transaksi uang elektronik GoPay dan OVO terhadap kepuasan konsumen, dan menganalisis sudut pandang syari’at islam dalam aplikasi tersebut.

**RESEARCH METHOD**

Penelitian ini menggunakan desain kuantitaf deskriptif. Pada penelitian kuantitatif merupakan argumentasi, pembahasan atau bahkan alasan.[[48]](#footnote-48) Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrument untuk mendapatkan data. Kuesioner dibuat dalam bentuk google form dan disebarkan secara online. Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal [[49]](#footnote-49). Selain itu metode penelitian kuantitatif dikatakan sebagai metode yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial Variabel yang diamati adalah transaksi uang elektronik terhadap kepuasan konsumen. Variabel adalah karakteristik yang dapat diduplikasikan paling tidak pada dua klasifikasi atau indicator[[50]](#footnote-50) .

Variabel-variabel dalam penelitian adalah transaksi uang elektronik dan kepuasan konsumen. Variabel Independen disebut juga variabel bebas atau variabel stimulus, prediktor, atau *antecedent* [[51]](#footnote-51). Sedangkan untuk Variabel dependen disebut juga variabel *output*, kriterium, konsekuen atau variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas [[52]](#footnote-52) Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan konsumen OVO dan Gopay terhadap transaksi uang elektronik. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Mahaiswa STAI La Tansa Mashiro semua angkatan yang berjumlah 150 mahasiswa. Sedangkan pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* dengan 2 kategori sebagai berikut, pertama, merupakan mahasiswa aktif; kedua, menggunakan aplikasi *e-wallet* OVO atau Go-pay untuk melakukan transaksi yaitu 110 mahasiswa

**RESULT AND DISCUSSION**

Analisis data terhadap variabel Transaksi Uang Elektronik merupakan proses melakukan perhitungan data sesuai dengan apa yang telah diperoleh pada langkah-langkah pengumpulan data menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji autokorelasi, analisis regresi linier sederhana, uji signifikansi simultan (uji ststistik f), uji signifikansi parameter individual (uji statistik t), uji koefisien determinasi, sampai kepada uji korelasi antara variabel Pengaruh Transaksi Uang Elektronik (X) dan variabel Kepuasan Konsumen (Y). Untuk memperoleh data “Analisis Transaksi Uang Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen Menurut Prespektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Aplikasi Gopay dan Ovo Di lingkungan kampus, maka dilakukan dengan penyebaran kuesioner penelitian kepada mahasiswa STAI La Tansa Mashiro pengguna e-wallet Gopay dan Ovo. Penelitian ini dilakukan di STAI La Tansa Mashiro, hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Transaksi Uang Elektronik dengan jumlah responden 110 dan jumlah pertanyaan 10 butir dengan skor yang diberikan pada setiap masing-masing pertanyaan maksimal 5 dan minimal 1 yang diberikan kepada Mahasiswa yang menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan data dari penyebaran kuesioner 110 responden mahasiswa yang telah diperoleh dapat dikatakan valid dan realiabel apabila data yang digunakan dalam memperoleh data adalah valid dan realiabel. Sehingga pengujian terhadap data tersebut perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

## Uji validitas Transaksi Uang Elektronik

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner yang dibuat valid atau tidak. Pada penelitian ini jumlah responden (N) adalah 110 dengan Alpha 0,05 maka didapat r tabel sebesar 0,1874. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila r hitung > r tabel atau nilai sig. ≤α. Uji validitas dari suatu variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Transaksi Uang Elektronik (X) dan Kepuasan Konsumen (Y).

## Tabel 1.1

Uji validitas Transaksi Uang Elektroni

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item | R hitung | r tabel  (0,05) df-2 | Hasil Uji Validasi |
| *P1* | *0.540124* | *0,1874* | *Valid* |
| *P2* | *0.567672* | *0,1874* | *Valid* |
| *P3* | *0.713797* | *0,1874* | *Valid* |
| *P4* | *0.746958* | *0,1874* | *Valid* |
| *P5* | *0.740534* | *0,1874* | *Valid* |
| *P 6* | *0.751987* | *0,1874* | *Valid* |
| *P7* | *0.564109* | *0,1874* | *Valid* |
| *P8* | *0.750176* | *0,1874* | *Valid* |
| *P9* | *0.729503* | *0,1874* | *Valid* |
| *P10* | *0.697420* | *0,1874* | *Valid* |

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa, secara keseluruhan item pernyatan variabel Transaksi Uang Elektronik (X) dapat dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang diajukan kepada responden pada variabel kepuasan konsumen mampu mengukur apa yang diinginkan responden.

## Uji Reliabilitas Transaksi Uang Elektronik

Uji Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk–konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner (Sujarweni, 2016:239). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *cronbach alpha*. Menurut Siregar (2013:57) kriteria suatu penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik *cronbach alpha* bila koefisien reliabilitas alpha > 0,6 adapun hasil uji reliabilitas instrumen penelitan sebagai berikut :

Tabel 1.2 Hasil Uji Reliabilitas x

|  |  |
| --- | --- |
| Reliability Statistics | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| **,859** | **10** |

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS V.22 dapat kita lihat dari kolom *Cronbach’s Alpha* (0,859) dan hasil tersebut lebih besar dari 0,06 maka dinyatakan lolos reliabilitas.

## Analisis Data Variabel Y

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dalam menggunakan *e-wallet Gopay* dan Ovo. Untuk memperoleh data “pengaruh kepuasan konsumen dalam menggunakan *e-wallet* Go-pay dan Ovo” maka dilakukan dengan penyebaran kuesioner penelitian kepada Mahasiswa STAI La Tansa Mashiro, khususnya pengguna e-wallet Go-pay dan Ovo. Kepuasan konsumen dalam kemudahan bertransaksi menggunakan *e-wallet* Go-pay dan Ovo dengan jumlah responden 110 dan jumlah pertanyaan 10 butir dengan skor yang diberikan pada setiap pertanyaan maksimal 5 dan minimal 1 yang diberikan kepada konsumen pengguna *e-wallet* Go-pay dan Ovo. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Mahasiswa pengguna *e-wallet* Go-pay dan Ovo, maka tabulasi data jawaban kepuasan responden dalam menggunakan e-wallet Go-pay dan Ovo (Y).

* + 1. **Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)**

Menurut Sugiyono (2018:192) uji validitas merupakan hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas dapat dikatakan valid apabila hasil koefisien korelasinya > 0,05 atau memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari pada r tabel. Adapun hasil uji validitas instrument penelitan sebagai berikut :

## Tabel 1.3 Uji Validitas Kepuasan Konsumen

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item | **r** hitung | **r** tabel  (0,05) df -2 | Validasi |
| *P1* | *0.659866* | *0,1874* | *Valid* |
| *P2* | *0.481202* | *0,1874* | *Valid* |
| *P3* | *0.666307* | *0,1874* | *Valid* |
| *P4* | *0.767500* | *0,1874* | *Valid* |
| *P5* | *0.782483* | *0,1874* | *Valid* |
| *P6* | *0.738261* | *0,1874* | *Valid* |
| *P7* | *0.707026* | *0,1874* | *Valid* |
| *P8* | *0.745463* | *0,1874* | *Valid* |
| *P9* | *0.773560* | *0,1874* | *Valid* |
| *P10* | *0.796637* | *0,1874* | *Valid* |

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diliahat bahwa pernyataan mengenai kepuasan konsumen yang diajukan kepada 110 responden dinyatakan valid. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel secara keseluruhan.

## Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Uji reliabilitas kepuasan konsumen dalam penelitian ini menggunakan metode *cronbach alpha*. Menurut Siregar (2013:57) kriteria suatu penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik *cronbach alpha* bila koefisien reliabilitas > 0,6. Adapun hasil uji realibilitas penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.4

Hasil Uji Reliabilitas (Y) Reliability Statistics

|  |  |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,882 | 10 |

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS V.22 diatas, dapat kita lihat dalam kolom *Cronbach’s Alpha* (0,882) dan hasil tersebut lebih besar dari 0,06 maka dinyatakan lolos reliabilitas.

## Analisis Data Variabel (X) dan (Y)

Berdasarkan pengujian dan interpretasi variabel Transaksi Uang Elektronik (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) maka didapatkan data berdasarkan perhitungan uji statistic yang menyatakan bahwa data dari penyebaran kuesioner kepada 110 orang responden Mahasiswa, telah diperoleh dan dikatakan valid dan reliabel, karena hasil transaksi uang elektronik (X) koefisien korelasinya > 0,05 atau memiliki nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel. Hal ini menandakan bahwa uji reliabilitas variabel Transaksi Uang Elektronik (X) memiliki Cronbach’s Alpha 0.859, dimana nilai *Cronbach’s Alpha* > 0.6 dan variabel Transaksi Uang Elektronik (X) pada penelitian ini reliabel.

Sedangkan hasil dari varibel kepuasan konsumen (Y) koefisien determinasinya > 0,05 atau memiliki nilai hitung lebih besar dari pada tabel. Hal ini menandakan bahwa uji reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y) memiliki *Cronbach’s Alpha* 0.882, dimana *Cronbach’s Alpha* > 0,6 dari variabel Kepuasan Konsumen (Y) pada penelitian ini dinyatakan reliabel,

Analisis ini bertujuan mengetahui hubungan antara Transaksi Uang Elektronik (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), adapun langkah-langkah analisis sebagai berikut :

## UJI ASUMSI KLASIK

## Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Siregar, 2015:49). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* diolah dengan SPSS versi 22. Pengambilan kesimpulan hasil uji normalitas dapat dilihat: a. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka dinyatakan data berdistribusi normal. b. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka dinyatakan data berdistribusi tidak normal

## Tabel 1.5 Hasil Uji Normalitas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|  | | Unstandardized Residual |
| *N* |  | *110* |
| *Normal Parametersa,b* | *Mean* | *7E-15* |
|  | *Std. Deviation* | *6,16214109* |
| *Most Extreme Differences* | *Absolute* | *,162* |
|  | *Positive* | *,115* |
|  | *Negative* | *-,162* |
| *Kolomogorov-Smirnov Z* |  | *,162* |
| *Asymp. Sig. (2-tailed)* |  | *,010* |

Berdasarkan tabel diatas 4.7 menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,10 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data variabel yang diuji dinyatakan berdistribusi normal.

## b. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah korelasi antara anggota-anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (seperti dalam time series) atau ruang (Ghozali, 2016). Untuk mendeteksi adanya gejala autokorelasi digunakan uji *durbin watson*. Autokorelasi merupakan korelasi atau hubungan yang terjadi antara angota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam *time series* pada waktu yang berbeda. Autokorelasi dapat dilihat menggunakan uji Durbin-Watson (DW) dengan membandingkan nilai uji DW dengan nilai uji DW terendah (DL) dan uji DW tertinggi (DU). Hasil uji dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

## Tabel 1.6 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summaryb

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .337a | .114 | ,106 | 6.45181 | 2,193 |

Berdasarkan Output diatas diketahui nilai DW 2,193 selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan nilai signifikansi 0,05 jumlah sampel 110 (N=110) dan jumlah variabel independen 1 (K=1) = 1,110 maka diperoleh nilai DU 1,7074. Nilai DW 2,193 lebih besar dari batas atas yakni 1,707 dan kurang dari (4-DU) 4 – 1,7074 = 2,2926 sehingga disimpulakan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

## Uji Hipotesis

## Analisis regresi ini di gunakan untuk mengukur besarnya pengaruh satu variabel independen (X) terdapat variabel dependen (Y). Hasil uji regresi linier sederhana untuk Transaksi uang elektronik terhadap Kepuasan Konsumen dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

## Tabel 1.7 Hasil Regresi Linier Sederhana Coefficientsa

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardiz ed Coefficien  ts | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Consta nt) | 26.519 | 3.405 | .337 | 7.789 | .000 |
| \ | Total\_X | .340 | .091 | 3.724 | .000 |

Dari hasil perhitungan analisis regresi linier sederhana di atas, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

* 1. Angka konstanta dari *Unstandardized Coefficients* memiliki nilai sebesar 26,519. Angka tersebut merupakan konstanta yang memiliki arti apabila variabel Transaksi Uang Elektronik (X) maka nilai konsisten Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 26,519.
  2. Angka koefisien regresi nilainya sebesar 0,340 angka ini menunjukkan. bahwa setiap penambahan 1% tingkat Transaksi Uang Elektronik (X) maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,340

Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dengan demikian dapat dikatakan Transaksi Uang Elektronik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu persamaannya menjadi:

Y =26,519 atb.X Y = +0,340.X

Dimana X=Variabel independen Transaksi Uang Elektronik Y=Variabel dependen Kepuasan Konsumen.

## Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Melalui uji ini dapat diketahui sejauh mana pengaruh variabel bebas secara bersama-sama dalam mempengaruhi variabel terikat.

Tabel 1.8 Hasil Uji Statistik (F) ANOVAa

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regressio n | 577.400 | 1 | 577.400 | 13.871 | .000b |
|  | Residual | 4495.591 | 108 | 41.626 |
|  | Total | 5072.991 | 109 |  |

Setelah melihat data di atas, dapat diketahui bahwa f hitung =13,871. Dengan rumus F tabel (k:n-k) = (2:110-2) = (2:108) = 3,08. Kesimpulan dari uji F simultan adalah Transaksi Uang elektronik (X) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Mahasiswa STAI La Tansa Mashiro karna nilai F hitung > dari F tabel (13,871 > 3,08).

## Uji Signifikan Pramenter Individual (Uji statistic t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel secara individual terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,5. Jika nilai sig. lebih kecil dari 0,5 dan nilai t hitung > t tabel dari 0,5 atau t hitung < t tabel maka Ha diterima dan Ho di tolak. Hasil uji statistic t dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.9 Hasil Uji Satistik (t)

Coefficientsa

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 26.519 | 3.405 | .337 | 7.789 | .000 |
|  | Transaksi Uang  Elekteronik | .340 | .091 | 3.724 | .000 |

Berdasarkan tabel di atas untuk mengetahui besarannya pengaruh variabel: Bebas secara persial (simultan) terhadap variabel terikat adalah Transaksi Uang Elekteronik (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) terlihat bahwa t hitung koefisien Transaksi Uang Elektronik adalah 3,724 sedangkan t tabel dengan *Alpha* 0,5 dan df=108 adalah 1,659 oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa t hitung < t tabel (3,724 < 1,659) maka kesimpulannya adalah Ho di tolak dan Ha diterima sehingga dapat di ketahui bahwa hipotesis yang didapat dari Transaksi Uang Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen di Mahasiswa STAI La Tansa Mashiro secara parsial diterima

## Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk regresi dengan lebih dari dua variabel dependen dapat dilihat pada kolom Adjusted R2 dalam output tabel Model Summary. Hasil dari koefisien determinasi yaitu menunjukan besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dalam satuan persen, hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

## Tabel 1.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

## Model Summary

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .337a | .114 | .106 | 6.451 |

Dari output di atas, didapatkan nilai Adjusted R square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,106 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 10,6%.

## PEMBAHASAN

* 1. Setelah menganalisis data yang berasal dari kuesioner dan setelah melakukan semua perhitungan statistik menggunakan SPSS Versi22, dan suatu penelitian dapat dikatakan baik apabila sudah di uji dalam Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas (*One Sample Kolmogorov Smirnov*), dan Uji Autokorelasi (*Durbin*-*Waston*). Data yang di hasilkan melalui kuesioner dan di input ke dalam *Microsoft Excel* dalam penelitian kali ini telah lulus dalam semua Uji Asumsi Klasik sehingga dengan demikian penelitian ini dapat dilanjutkan.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan dan implementasi antara Transaksi Uang Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen. Pernyataan ini di buktikan dengan hasil perhitungan uji t dan f, dimana uji t menghasilkan t hitung sebesar 3,724 sedangkan t tabel 1,659 dengan taraf signifikan < 0.05 yaitu 0.001 < 0.05, maka t hitung > dari t tabel yaitu 3,724 > 1,659. Sedangkan Uji f menghasilkan f hitung sebesar 13,871 sedangkan f tabel 3,08 dengan taraf signifikan < 0.05, maka f hitung 13,871 > 3,08 dan nilai Sig. < 0.05 yaitu 0.001 < 0.05. Perbandingan tersebut mengertikan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil perhitungan uji t dan uji f tersebut di perkuat berdasarkan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0.114. Hasil penelitian ini menujukkan adanya pengaruh yang nyata dari variabel Transaksi Uang Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen di Mahasiswa STAI La Tansa Mashiro

* 1. Islam mengatur konsumsi yang dilakukan umat manusia dengan ketentuan sesuai dengan syari’at yaitu halal dan baik [[53]](#footnote-53), yang disingkat dengan istilah MAGHRIB, Maisyir, gharar, haram, riba, dan bathil. Salah satu pemenuhan konsumsi dengan bertransaksi, transaksi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh 2 orang atau lebih yang merubah sebuah objek benda, harta dan keuangan yang dimiliki menjadi objek yang bertambah maupun berkurang, dalam hal ini contoh dari kegiatan transaksi yang dilakukan meliputi jual beli, membayar hutang, serta yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi **[[54]](#footnote-54)**. Geliat transaksi jual beli online semakin berkembang dan menjadi trend bagi banyak orang di berbagai negara. Ditinjau dari perspektif Islam, transaksi jual beli online ini banyak menimbulkan pro dan kontra. Menurut Madzhab Asy-Syafi’i jual beli diperbolehkan dengan syarat barang telah disaksikan terlebih dahulu **[[55]](#footnote-55)**.

Transaksi jual beli merupakan aktivitas yang diperbolehkan dalam Islam, Baik disebutkan dalam Al-Qur’an, Al-Hadits maupun ijma’ ulama.**[[56]](#footnote-56)**. Pada dasarnya transaksi online sama dengan offline yang membedakan adalah tempat transaksi hanya didunia maya walaupun beda wilayah. Secara penjelasan diatas transaksi jual beli online diperbolehkan dengan catatan bahwa sesuai dengan ketentuan dari Islam.**[[57]](#footnote-57)**.

Mekanisme transkasi elektronik dengan e-commerce dimulai dengan adanya penawaran suatu produk tertentu oleh penjual (misalnya bertempat kedudukan di USA) di suatu website melalui server yang berada di Indonesia (misalnya detik.com). Apabila konsumen tersebut akan mengisi order mail yang telah disediakan oleh pihak penjual. Jika pembeli ingin membayar untuk barang yang telah dipilih, ia harus mengisi form transaksi.**[[58]](#footnote-58)**. E-commerce adalah suatu proses menjual atau membeli produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahan dengan komputer sebagai perantara traksaksi bisnis.**[[59]](#footnote-59)**. bisnis dalam islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika kita bertansaksi atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara jelas, baik diserahkan secara langsung maupun diserahkan kemudian sampai batas waktu yang dijanjikan.**[[60]](#footnote-60)**. Dalam transaksi yang melibatkan pihak bank, maka bank baru akan mengabulkan permohonan dari pembeli setelah penjual menerima konfirmasi dari Bank yang ditunjuk penjual dalam transaksi ecommerce tersebut.**[[61]](#footnote-61)**.

Uang Elektronik adalah jumlah nominal uang yang disimpan secara elektronik yang dapat dipindahkan karena keperluan transaksi pembayaran atau transfer dana. Sedangkan menurut Fatwa No 19 tahun 2017**[[62]](#footnote-62)** menjelaskan bahwa Uang elektronik syariah adalah uang elektronik yang ketentuannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yakni berdasarkan pada prinsip hukum islam dalam aktifitasnya berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Lembaga yang memiliki kewenangan dalam menetapkan fatwa [[63]](#footnote-63), dalam hal ini di Indonesia adalah kewenangan DSN-MUI

Uang elektronik boleh digunakan sebagai alat pembayaran dengan mengikuti ketentuan yang terdapat dalam syari’at. Syari’at Islam sebagai rahmatan lil ‘alamiin, dengan tujuan memberikan kemaslahatan dan menghilangkan kesulitan dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia[[64]](#footnote-64). Selain itu dalam transaksi uang elektronik mengandung kemaslahatan yang bersifat dhoruriyat dalam tujuan maqashid bagian dari Hifdz al-maal, dengan argument bahwa dengan uang elektronik segala bentuk kesulitan bertransaksi dapat terhindari, selain itu dalam qoidah muamalah disebutkan bahwa segala bentuk muamalah hukumnya mubah atau boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

Akad antara penerbit dengan pemegang uang elektronik adalah akad wadi'ah atau akad qardh. Di antara akad yang dapat digunakan penerbit dengan para pihak dalam penyelenggaraan uang elektronik Qtrinsipal, acquirer, Pedagang fmerchantf, penyelenggara kliring, dan penyelenggara penyelesai akhir) adalah akad ijorah, akad ju'alah, dan akad wakalah bi al-ujrah. Dalam hai akad yang digunakan akad ju'alah, maka berlaku ketentuan dan batasan akad ju'alah sebagaimana terdapat dalam DSN-MUI Nomor: 62/DSN-MUUXII12007 tentang Akad Ju'alah. Dalam hal akad yang digunakan akad wakalah bi al-ujrah, maka berlaku ketentuan dan batasan akad wakalah bi al-ujrah sebagaimana terdapat dalam DSN-MUI Nomor: 113/DSN- MUI/IX12017 tentang Wakalah bi al-Ujrah. Menurut Fatwa DSN MUI No.116 tahun 2017 ketentuan mengenai uang elektronik syariah memutuskan bahwa uang elektronik hukumnya mubah boleh digunakan sebagai alat pembayaran dengan mengikuti ketentuan dalam fatwa ini.

## CONCLUSION

## Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 110 responden. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa :

* 1. Terdapat pengaruh positif signifikan dan implementasi antara Transaksi Uang Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen. Pernyataan ini dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t dan f, dimana uji t menghasilkan t hitung sebesar 3,724 sedangkan t tabel 1,659 dengan taraf signifikan < 0.05 yaitu 0.001 < 0.05, maka t hitung > dari t tabel yaitu 3,724 > 1,659. Sedangkan Uji f menghasilkan f hitung sebesar 13,871 sedangkan f tabel 3,08 dengan taraf signifikan < 0.05, maka f hitung 13,871 > 3,08 dan nilai Sig. < 0.05 yaitu 0.001 < 0.05. Perbandingan tersebut mengertikan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil perhitungan uji t dan uji f tersebut di perkuat berdasarkan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0.114. Hasil penelitian ini menujukkan adanya pengaruh yang nyata dari variabel Transaksi Uang Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen di Mahasiswa STAI La Tansa Mashiro
  2. Prespektif ekonomi syariah dalam penggunaan uang elektronik menurut Fatwa DSN MUI No.116 tahun 2017 ketentuan mengenai uang elektronik syariah memutuskan bahwa uang elektronik hukumnya mubah boleh digunakan sebagai alat pembayaran dengan mengikuti ketentuan dalam fatwa tersebut dan transaksi uang elektronik mengandung kemaslahatan yang bersifat dhoruriyat dalam tujuan maqashid bagian dari Hifdz al-maal, dengan argument bahwa dengan uang elektronik segala bentuk kesulitan bertransaksi dapat terhindari, selain itu dalam qoidah muamalah disebutkan bahwa segala bentuk muamalah hukumnya mubah atau boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

**REFERENCES**

(Danareksa Research Institute). “Penggunaan Uang Elektronik Selama Pandemi Covid-19,” 2021.

A’yun, Qanitah An Nabila, Nafisah Maulidia Chusma, Cindy Nurul Aulia, and Fitri Nur Latifah Putri. “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Popular Di Indonesia.” *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)* 1, no. 2 (2021): 166–81.

Adawiyah, Endah Robiatul ;Udin wahrudin. *Fatwa Dan Lembaga Keuangan Syari’ah*. Serang: CV. AA Rizki, 2021. www.aarizki.com.

Adawiyah, Endah Robiatul, Muhammad Anton Athoillah, and Setia Mulyawan. “Prilaku Konsumsi Di E-Commerce Dalam Islam Pada Kondisi Pandemi Covid-19 Di Indonesia.” *JOURNAL EKONOMI, KEUANGAN, PERBANKAN DAN AKUNTANSI SYARIAH* 1, no. 02 (2022): 122–33.

Adawiyah, Endah Robiatul, Rudi Setiadi, Dadang Rohandi, Udin Wahrudin, and Inayatul Ummah. “Financing Restructuring During the Covid-19 Pandemic: The Tadhbiq Ahkam Paradigm.” *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics* 7, no. 1 (2022): 105–24.

Ainiyah, Nur, Prodi Ekonomi Islam, Universitas Negeri Surabaya, Rachma Indrarini, Prodi Ekonomi Islam, and Universitas Negeri Surabaya. “Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islami E-ISSN: I2686-620X Halaman 80-94.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islami* 5 (2022): 80–94.

Akbar, Aly. “Analisis Transaksi Akad Salam Dalam Jual Beli Online.” *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan* 2, no. 2 (2018): 11–17. https://doi.org/10.37726/ee.v2i2.47.

Anam, Choiril. “E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari’ah.” *Qawãnïn Journal of Economic Syaria Law*, no. E-MONEY(UANG ELEKTRONIK)DALAMPERSPEKTIFHUKUMSYARI’AH (2018): 1–18.

Bahauddin, Achmad, Aminuddin Hamdat, Aria Mulyapradana, Arief Prabowo, Bayu Tri Cahya, Chichi Andriani, Daisy Iriany Erny Sundah, Deni Apriansyah, Dewa Gede Satriawan, and Dudi Hendra Fachrudin. *Manajemen Bisnis Kontemporer: Prinsip Dasar Dan Aplikasi*. GCAINDO, 2020.

Budiman, Budiman. “Jurnal Aksioma Al-Musaqoh.” *Jurnal Aksioma Al-Musaqoh* 1, no. 1 (2018): 30–49.

Budiman, Budiman, Noorma Yunia, and Billa Badrotusabila. “Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kerudung Instan Rabbani Di Rangkasbitung Lebak.” *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 6, no. 01 (2022): 89. https://doi.org/10.30868/ad.v6i01.2246.

Candraditya, Habsari. “Analisis Penggunaan Uang Elektronik.” *Diponegoro Journal of Management* 2 (2013): 1–11.

Dewi, Luh Gede Kusuma, Nyoman Trisna Herawati, and I Made Pradana Adiputra. “Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri.” *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 5, no. 1 (2021): 1–19. https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669.

DSN-MUI. “Uang Elektronik Syariah.” *Fatwa Dewan Syariah Nasional*, no. 19 (2017): 1–12.

Estijayandono, Kristianto Dwi. “Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2019): 53–68. https://doi.org/10.26618/j-hes.v3i1.2125.

Hadikusuma, Steven. “Pengaruh Social Influence, Perceived Usefulness, Dan Perceived Security Terhadap Continue Use Intention Aplikasi Mobile Payment Ovo Melalui Attitude Towards Using Mobile Payment Sebagai Variabel Intervening Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonom.” *Agora* 7, no. 2 (2019): 287242.

Hasanah, Linda Nur. “Kedudukan Hukum Uang Elektronik (E-Money) Dalam Melakukan Transaksi Pembayaran Non Tunai: Analisis Melalui Pendekatan Perundang-Undangan Dan Hukum Islam.” *Kedudukan Hukum Uang Elektronik (E-Money) Dalam Melakukan Transaksi Pembayaran Non Tunai*, 2018, 1–104.

Husein, Yusri, Puji Isyanto, and Asep Darojatul Romli. “Pengaruh Promosi Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Dompet Digital Ovo Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang.” *Journal for Management Student (JFMS)* 1, no. 1 (2021): 1–9. https://doi.org/10.35706/jfms.v1i1.5386.

Ika Febrilia, Shela Puspita Pratiwi, and Irianto Djatikusumo. “Minat Penggunaan Cashless Payment System – Dompet Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unj.” *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 11, no. 1 (2020): 1–19. https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.1.01.

Kumala, Irna, and Intan Mutia. “Pemanfaatan Aplikasi DOMPET Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa.” *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)*, 2020, 64–69.

Lintangsari, Nastiti Ninda, Nisaulfathona Hidayati, Yeni Purnamasari, Hilda Carolina, and Wiangga Febranto Ramadhan. “Analisis Pengaruh Instrumen Pembayaran Non-Tunai Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan Di Indonesia.” *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan* 1, no. 1 (2018): 47. https://doi.org/10.14710/jdep.1.1.47-62.

Literate, Syntax, and Jurnal Ilmiah Indonesia. “Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru.” *Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*, 2020, 274–82.

Mawardani, Fitri, and Renny Dwijayanti. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompet Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9, no. 3 (2021): 1455–63.

Mulyapradana, A., Sundah, D. I. E., Satriawan, D. G., Abbas, D. S., Yusdita, E. E., Adawiyah, E. R., ... & Arifin, Z. “.” In *Bisnis & Kewirausahaan Di Era Digital: Peluang, Transformasi, Dan Dinamika.* GCaicindo, 2021.

Nadhilah, Putri, Ridwan Indra Jatikusumo, and Erwin Permana. “Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian.” *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)* 4, no. 2 (2021): 128. https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725.

Nawawi, Hizbul Hadi. “Penggunaan E-Wallet Di Kalangan Mahasiswa.” *Emik* 3, no. 2 (2020): 189–205. https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.697.

Nurrohyani, Risya, and Estro Dariatno Sihaloho. “Pengaruh Promosi Cashback Pada OVO Dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Padjadjaran.” *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan* 20, no. 1 (2020): 12–25. https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v20i1.3764.

Ofori, D. A.et al. “Pengaruh Facilitating Conditions Dan Social Influences Terhadap Konstruk Technology Acceptance Model Pada Mahasiswa Konsumen Gopay Dan Ovo Di Jakart.” *Molecules* 2, no. 1 (2020): 1–12.

Pambudi, Rakhmat Dwi. “Perkembangan Fintech Di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo.” *Harmony* 4, no. 2 (2019): 74–81.

Panjaitan, Roimanson. *Metodologi Penelitian, Penerbit Jusuf Aryani Learning. Kotamadya Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur,Cetakan Pertama, Oktober 2017*, 2007.

Pekerti, Retno Dyah, and Eliada Herwiyanti. “Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Sariat Madzhab Asy-Syafi’i.” *JEBA: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi* 20, no. 2 (2018): 1–12.

Pratama, Gama. “Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Di Masa Pandemic Covid 19” 1 (2020): 21–34.

Pratiwi, Triana. “Aspek Hukum Penggunaan Uang Elektronik Dalam Transaksi Perdagangan (Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/Pbi/2018 Tentang Uang Elektronik),” 2020, 67–68.

Priambodo, Singgih, and Bulan Prabawani. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5, no. 2 (2015): 127–35.

Prof. Dr. Suryana, MSi. “Metodologi Penelitian : Metodologi Penelitian Model Prakatis Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif.” *Universitas Pendidikan Indonesia*, 2012, 1–243. https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2.

Pujiyanti, Siti Dwi, and Anis Wahdi. “Transaksi Bisnis Online Dalam Perspektif Islam.” *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2020): 91–102. https://doi.org/10.36407/serambi.v2i2.173.

Rahmatika, Ula, and Muhammad Andryzal Fajar. “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk.” *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 8, no. 2 (2019): 274–84. https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557.

Rakhmawati, Nur Aini, Alvin Edgar Permana, Arvy Muhammad Reyhan, and Hidayattul Rafli. “Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Teknoinfo* 15, no. 1 (2021): 32. https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868.

Robiatul Adawiyah, Endah. “Konsep Dasar Pembiayaan Dalam Bisnis.” In *Manajemen Bisnis Kontemporer; Prinsip Dasar Dan Aplikasi*, edited by GCaindo, 1st ed., 59–66. Yogyakarta, 2020.

Romadloniyah, Alifatul Laily, and Dwi Hari Prayitno. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunaan E-Money Pada Bank Bri Lamongan.” *Jurnal Akuntansi* 3, no. 3 (2018): 699. https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163.

Saputra, Irfan Prapmayoga. “Analisis Efektivitas Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya.” *Carbohydrate Polymers* 6, no. 1 (2019): 5–10.

Sihaloho, Josef Evan, Atifah Ramadani, and Suci Rahmayanti. “Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3).” *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 2 (2020): 287–97.

Tarantang, Jefry, Annisa Awwaliyah, Maulidia Astuti, and Meidinah Munawaroh. “Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia.” *Jurnal Al-Qardh* 4, no. 1 (2019): 60–75. https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442.

Tasman, Abel, Aryanti Muhtar Kusuma, Daisy Iriany Erny Sundah, David Tjahjana, Endah Robiatul Adawiyah, Enggal Sriwardiningsih, Fitriyah Astri, Meyzi Heriyanto, Muhammad Jamil, and Nancy Henrietta Jessamine Mandey. *Business & Entrepreneurship Management: Turn Your Ideas into a Fast-Growing Enterprise*. GCAINDO, 2021.

Utami, Sulistyo Seti. “Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta).” *Balance* XIV, no. 2 (2017): 29–41.

Widiyanti, Wiwik. “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO Di Depok.” *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 7, no. 1 (2020): 54–68. https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567.

Yogananda, Andrean Septa, and I Made Bayu Dirgantara. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik.” *Diponegoro Journal of Management* 6, no. 4 (2017): 1–7.

1. Choiril Anam, “E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari’ah,” *Qawãnïn Journal Of Economic Syaria Law*, No. E-Money(Uang Elektronik)Dalamperspektifhukumsyari’ah (2018): 1–18. [↑](#footnote-ref-1)
2. Syntax Literate and Jurnal Ilmiah Indonesia, “Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru,” *Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*, 2020, 274–82. [↑](#footnote-ref-2)
3. Nur Ainiyah et al., “Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islami E-ISSN: I2686-620X Halaman 80-94,” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islami* 5 (2022): 80–94. [↑](#footnote-ref-3)
4. Jefry Tarantang et al., “Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia,” *Jurnal Al-Qardh* 4, no. 1 (2019): 60–75, https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442. [↑](#footnote-ref-4)
5. Sulistyo Seti Utami, “Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta),” *Balance* XIV, no. 2 (2017): 29–41. [↑](#footnote-ref-5)
6. Singgih Priambodo and Bulan Prabawani, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang),” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5, no. 2 (2015): 127–35. [↑](#footnote-ref-6)
7. Nastiti Ninda Lintangsari et al., “Analisis Pengaruh Instrumen Pembayaran Non-Tunai Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan Di Indonesia,” *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan* 1, no. 1 (2018): 47, https://doi.org/10.14710/jdep.1.1.47-62. [↑](#footnote-ref-7)
8. Josef Evan Sihaloho, Atifah Ramadani, and Suci Rahmayanti, “Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3),” *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 2 (2020): 287–97. [↑](#footnote-ref-8)
9. Linda Nur Hasanah, “Kedudukan Hukum Uang Elektronik (E-Money) Dalam Melakukan Transaksi Pembayaran Non Tunai: Analisis Melalui Pendekatan Perundang-Undangan Dan Hukum Islam,” *Kedudukan Hukum Uang Elektronik (E-Money) Dalam Melakukan Transaksi Pembayaran Non Tunai*, 2018, 1–104. [↑](#footnote-ref-9)
10. Andrean Septa Yogananda and I Made Bayu Dirgantara, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik,” *Diponegoro Journal of Management* 6, no. 4 (2017): 1–7. [↑](#footnote-ref-10)
11. Habsari Candraditya, “Analisis Penggunaan Uang Elektronik,” *Diponegoro Journal of Management* 2 (2013): 1–11. [↑](#footnote-ref-11)
12. Ula Rahmatika and Muhammad Andryzal Fajar, “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk,” *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 8, no. 2 (2019): 274–84, https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557. [↑](#footnote-ref-12)
13. Rahmatika and Fajar. [↑](#footnote-ref-13)
14. Alifatul Laily Romadloniyah and Dwi Hari Prayitno, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunaan E-Money Pada Bank Bri Lamongan,” *Jurnal Akuntansi* 3, no. 3 (2018): 699, https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163. [↑](#footnote-ref-14)
15. Wiwik Widiyanti, “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO Di Depok,” *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 7, no. 1 (2020): 54–68, https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567. [↑](#footnote-ref-15)
16. Budiman Budiman, “Jurnal Aksioma Al-Musaqoh,” *Jurnal Aksioma Al-Musaqoh* 1, no. 1 (2018): 30–49. [↑](#footnote-ref-16)
17. (Danareksa Research Institute, 2021) [↑](#footnote-ref-17)
18. Z. Mulyapradana, A., Sundah, D. I. E., Satriawan, D. G., Abbas, D. S., Yusdita, E. E., Adawiyah, E. R., ... & Arifin, “.,” in *Bisnis & Kewirausahaan Di Era Digital: Peluang, Transformasi, Dan Dinamika.* (GCaicindo, 2021)., 92 [↑](#footnote-ref-18)
19. Sihaloho, Ramadani, and Rahmayanti, “Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3).” [↑](#footnote-ref-19)
20. Budiman Budiman, Noorma Yunia, and Billa Badrotusabila, “Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kerudung Instan Rabbani Di Rangkasbitung Lebak,” *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 6, no. 01 (2022): 89, https://doi.org/10.30868/ad.v6i01.2246. [↑](#footnote-ref-20)
21. Abel Tasman et al., *Business & Entrepreneurship Management: Turn Your Ideas into a Fast-Growing Enterprise* (GCAINDO, 2021), 25. [↑](#footnote-ref-21)
22. Literate and Indonesia, “Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru.” [↑](#footnote-ref-22)
23. Lintangsari et al., “Analisis Pengaruh Instrumen Pembayaran Non-Tunai Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan Di Indonesia.” [↑](#footnote-ref-23)
24. Tarantang et al., “Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia.” [↑](#footnote-ref-24)
25. Endah Robiatul Adawiyah, “Konsep Dasar Pembiayaan Dalam Bisnis,” in *Manajemen Bisnis Kontemporer; Prinsip Dasar Dan Aplikasi*, ed. GCaindo, 1st ed. (Yogyakarta, 2020), 61. [↑](#footnote-ref-25)
26. Irna Kumala and Intan Mutia, “Pemanfaatan Aplikasi DOMPET Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa,” *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)*, 2020, 64–69. [↑](#footnote-ref-26)
27. Ika Febrilia, Shela Puspita Pratiwi, and Irianto Djatikusumo, “Minat Penggunaan Cashless Payment System – Dompet Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unj,” *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 11, no. 1 (2020): 1–19, https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.1.01. [↑](#footnote-ref-27)
28. Luh Gede Kusuma Dewi, Nyoman Trisna Herawati, and I Made Pradana Adiputra, “Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri,” *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 5, no. 1 (2021): 1–19, https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669. [↑](#footnote-ref-28)
29. Achmad Bahauddin et al., *Manajemen Bisnis Kontemporer: Prinsip Dasar Dan Aplikasi* (GCAINDO, 2020), 124. [↑](#footnote-ref-29)
30. Yusri Husein, Puji Isyanto, and Asep Darojatul Romli, “Pengaruh Promosi Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Dompet Digital Ovo Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang,” *Journal for Management Student (JFMS)* 1, no. 1 (2021): 1–9, https://doi.org/10.35706/jfms.v1i1.5386. [↑](#footnote-ref-30)
31. Hizbul Hadi Nawawi, “Penggunaan E-Wallet Di Kalangan Mahasiswa,” *Emik* 3, no. 2 (2020): 189–205, https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.697. [↑](#footnote-ref-31)
32. Fitri Mawardani and Renny Dwijayanti, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompet Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9, no. 3 (2021): 1455–63. [↑](#footnote-ref-32)
33. Rakhmat Dwi Pambudi, “Perkembangan Fintech Di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo,” *Harmony* 4, no. 2 (2019): 74–81. [↑](#footnote-ref-33)
34. Irfan Prapmayoga Saputra, “Analisis Efektivitas Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya,” *Carbohydrate Polymers* 6, no. 1 (2019): 5–10. [↑](#footnote-ref-34)
35. Triana Pratiwi, “Aspek Hukum Penggunaan Uang Elektronik Dalam Transaksi Perdagangan (Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/Pbi/2018 Tentang Uang Elektronik),” 2020, 67–68. [↑](#footnote-ref-35)
36. Risya Nurrohyani and Estro Dariatno Sihaloho, “Pengaruh Promosi Cashback Pada OVO Dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Padjadjaran,” *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan* 20, no. 1 (2020): 12–25, https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v20i1.3764. [↑](#footnote-ref-36)
37. Steven Hadikusuma, “Pengaruh Social Influence, Perceived Usefulness, Dan Perceived Security Terhadap Continue Use Intention Aplikasi Mobile Payment Ovo Melalui Attitude Towards Using Mobile Payment Sebagai Variabel Intervening Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonom,” *Agora* 7, no. 2 (2019): 287242. [↑](#footnote-ref-37)
38. Putri Nadhilah, Ridwan Indra Jatikusumo, and Erwin Permana, “Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian,” *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)* 4, no. 2 (2021): 128, https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725. [↑](#footnote-ref-38)
39. D. A.et al. Ofori, “Pengaruh Facilitating Conditions Dan Social Influences Terhadap Konstruk Technology Acceptance Model Pada Mahasiswa Konsumen Gopay Dan Ovo Di Jakart,” *Molecules* 2, no. 1 (2020): 1–12. [↑](#footnote-ref-39)
40. Kumala and Mutia, “Pemanfaatan Aplikasi DOMPET Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa.” [↑](#footnote-ref-40)
41. Pambudi, “Perkembangan Fintech Di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo.” [↑](#footnote-ref-41)
42. Nawawi, “Penggunaan E-Wallet Di Kalangan Mahasiswa.” [↑](#footnote-ref-42)
43. Husein, Isyanto, and Darojatul Romli, “Pengaruh Promosi Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Dompet Digital Ovo Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang.” [↑](#footnote-ref-43)
44. Nurrohyani and Sihaloho, “Pengaruh Promosi Cashback Pada OVO Dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Padjadjaran.” [↑](#footnote-ref-44)
45. Nadhilah, Jatikusumo, and Permana, “Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian.” [↑](#footnote-ref-45)
46. Nawawi, “Penggunaan E-Wallet Di Kalangan Mahasiswa.” [↑](#footnote-ref-46)
47. Pratiwi, “Aspek Hukum Penggunaan Uang Elektronik Dalam Transaksi Perdagangan (Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/Pbi/2018 Tentang Uang Elektronik).” [↑](#footnote-ref-47)
48. Roimanson Panjaitan, *Metodologi Penelitian, Penerbit Jusuf Aryani Learning. Kotamadya Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur,Cetakan Pertama, Oktober 2017*, 2007. [↑](#footnote-ref-48)
49. Panjaitan. [↑](#footnote-ref-49)
50. Suryana, “Metodologi Penelitian : Metodologi Penelitian Model Prakatis Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif,” *Universitas Pendidikan Indonesia*, 2012, 1–243, https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2. [↑](#footnote-ref-50)
51. Panjaitan, *Metodologi Penelitian, Penerbit Jusuf Aryani Learning. Kotamadya Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur,Cetakan Pertama, Oktober 2017*. [↑](#footnote-ref-51)
52. Panjaitan. [↑](#footnote-ref-52)
53. Endah Robiatul Adawiyah, Muhammad Anton Athoillah, and Setia Mulyawan, “Prilaku Konsumsi Di E-Commerce Dalam Islam Pada Kondisi Pandemi Covid-19 Di Indonesia,” *JOURNAL EKONOMI, KEUANGAN, PERBANKAN DAN AKUNTANSI SYARIAH* 1, no. 02 (2022): 123. [↑](#footnote-ref-53)
54. Qanitah An Nabila A’yun et al., “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Popular Di Indonesia,” *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)* 1, no. 2 (2021): 166–81. [↑](#footnote-ref-54)
55. Retno Dyah Pekerti and Eliada Herwiyanti, “Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Sariat Madzhab Asy-Syafi’i,” *JEBA: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi* 20, no. 2 (2018): 1–12. [↑](#footnote-ref-55)
56. Kristianto Dwi Estijayandono, “Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2019): 53–68, https://doi.org/10.26618/j-hes.v3i1.2125. [↑](#footnote-ref-56)
57. Estijayandono. [↑](#footnote-ref-57)
58. Aly Akbar, “Analisis Transaksi Akad Salam Dalam Jual Beli Online,” *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan* 2, no. 2 (2018): 11–17, https://doi.org/10.37726/ee.v2i2.47. [↑](#footnote-ref-58)
59. Nur Aini Rakhmawati et al., “Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Teknoinfo* 15, no. 1 (2021): 32, https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868. [↑](#footnote-ref-59)
60. Siti Dwi Pujiyanti and Anis Wahdi, “Transaksi Bisnis Online Dalam Perspektif Islam,” *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2020): 91–102, https://doi.org/10.36407/serambi.v2i2.173. [↑](#footnote-ref-60)
61. Gama Pratama, “Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Di Masa Pandemic Covid 19” 1 (2020): 21–34. [↑](#footnote-ref-61)
62. DSN-MUI, “Uang Elektronik Syariah,” *Fatwa Dewan Syariah Nasional*, no. 19 (2017): 1–12. [↑](#footnote-ref-62)
63. Endah Robiatul ;Udin wahrudin Adawiyah, *Fatwa Dan Lembaga Keuangan Syari’ah* (Serang: CV. AA Rizki, 2021), 12, www.aarizki.com. [↑](#footnote-ref-63)
64. Endah Robiatul Adawiyah et al., “Financing Restructuring During the Covid-19 Pandemic: The Tadhbiq Ahkam Paradigm,” *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics* 7, no. 1 (2022): 113. [↑](#footnote-ref-64)