JESYA
JURNAL EKONOMI & EKONOMI SYARIAH
Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 9 No 2, Juni 2026
E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
DOI : https://doi.org/ 10.36778/jesya.v9i2.2713

Determinan Niat Penggunaan Dompet Digital Syariah pada Generasi Z dan Milenial di Jabodetabek.

Silva Andini Yuniza[1)]
Faculty of Sharia and Islamic Economics, Department of Sharia Economics, Universitas Tazkia, Indonesia
silvaandiniyuniza24@gmail.com

Ries Wulandari[2)]
Faculty of Sharia and Islamic Economics, Department of Sharia Economics, Universitas Tazkia, Indonesia
silvaandiniyuniza24@gmail.com

Abstrak Fenomena dominasi e-wallet konvensional di kalangan generasi muda menunjukkan bahwa kuatnya infrastruktur pengetahuan keuangan syariah belum otomatis terkonversi menjadi niat menggunakan dompet digital syariah. Penelitian ini menawarkan kontribusi baru dengan secara simultan mengintegrasikan Theory of Planned Behavior dan UTAUT2 yaitu literasi keuangan syariah dan influencer syariah diposisikan sebagai determinan sikap dan norma subjektif dalam membentuk niat, sedangkan habitual financial behavior diuji sebagai kebiasaan teknologi yang berpotensi menghambat atau memperkuat niat tersebut. Penelitian kuantitatif explanatory terhadap 80 responden Generasi Z dan Milenial pengguna e-wallet/paylater di Jabodetabek dianalisis menggunakan PLS-SEM dan menghasilkan nilai R^2 sebesar 0,633. Hasil menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan influencer syariah berpengaruh positif signifikan terhadap niat, sedangkan habitual financial behavior berpengaruh negatif kecil dan tidak signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa gap antara ketersediaan knowledge dan awareness dapat dipersempit bukan dengan menambah fitur teknologi, tetapi dengan mengarahkan ulang arsitektur literasi dan kampanye influencer syariah pada kanal yang paling dekat dengan kebiasaan digital generasi muda.

Kata Kunci Dompet digital syariah, literasi keuangan syariah, *influencer syariah, habitual financial behavior,* niat penggunaan.

PENDAHULUAN

Transformasi pembayaran digital di Indonesia berkembang sangat cepat seiring meningkatnya penggunaan e-wallet dan paylater di kalangan generasi muda. Dalam praktik sehari-hari, e-wallet telah menjadi metode pembayaran yang lekat dengan kebutuhan konsumsi, mobilitas, dan belanja digital, sehingga perilaku finansial generasi muda semakin terikat pada ekosistem pembayaran non-tunai. Di tengah perkembangan tersebut, dompet digital syariah belum menunjukkan tingkat adopsi yang sebanding dengan dominasi layanan konvensional, meskipun infrastruktur pengetahuan dan kelembagaan keuangan syariah Indonesia relatif kuat.

JESYA
JURNAL EKONOMI & EKONOMI SYARIAH
Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 9 No 2, Juni 2026
E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
DOI : https://doi.org/ 10.36778/jesya.v9i2.2713

Kondisi ini memperlihatkan kesenjangan antara perkembangan pengetahuan keuangan syariah pada level institusional dan pilihan penggunaan produk keuangan syariah pada level individu. Ketersediaan literatur, lembaga, dan program edukasi keuangan syariah belum sepenuhnya terkonversi menjadi niat dan perilaku penggunaan dompet digital syariah dalam aktivitas keuangan digital sehari-hari. Pada saat yang sama, Generasi Z dan Milenial merupakan kelompok yang paling dekat dengan teknologi, media sosial, dan pola konsumsi digital, sehingga keputusan mereka dalam menggunakan produk keuangan tidak hanya dipengaruhi pertimbangan rasional, tetapi juga pengetahuan berbasis nilai, pengaruh sosial digital, dan kebiasaan yang telah terbentuk. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi halal, religiusitas, dan sikap konsumtif berpengaruh positif signifikan terhadap pemilihan produk fashion halal pada Generasi Z di Jabodetabek, yang mengindikasikan bahwa pengetahuan halal dapat diterjemahkan menjadi preferensi konsumsi pada generasi muda di kawasan metropolitan (Nirmala, N., & Wulandari, 2024).

Penelitian terdahulu mengenai dompet elektronik di Indonesia masih didominasi pendekatan penerimaan teknologi seperti TAM dan UTAUT yang berfokus pada aspek manfaat, kemudahan, dan fitur teknologi. Salah satu penelitian menemukan bahwa usefulness, compatibility, dan experience berpengaruh positif terhadap niat menggunakan mobile payment system, sedangkan ease of use, security, dan subjective norms tidak berpengaruh signifikan (Candy & Rudyanto, 2022). Adapun penelitian lain juga menunjukkan bahwa perceived ease of use, kepercayaan, dan literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan ShopeePay pada masyarakat Bengkulu (Maulana & Zoraya, 2024). Temuan-temuan tersebut menegaskan pentingnya faktor teknologi dan literasi, namun masih berfokus pada e-wallet konvensional, bukan dompet digital syariah.

Dalam konteks layanan keuangan syariah, Theory of Planned Behavior (TPB) dinilai lebih memadai karena menjelaskan niat melalui sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control. Relevansi TPB pada generasi muda di Jabodetabek ditunjukkan oleh penelitian terdahulu yang menemukan bahwa attitude, subjective norms, dan perceived behavioral control berpengaruh signifikan terhadap niat investasi retail green sukuk pada Muslim millennial di Jabodetabek, dengan kemampuan penjelasan model yang tinggi (Ikhsan & Wulandari, 2024). Namun, studi mengenai dompet digital syariah masih relatif terbatas dan cenderung menekankan aspek kegunaan, kemudahan, keamanan, dan literasi keuangan syariah, sementara dimensi pengaruh sosial digital dan habitual financial behavior belum banyak diuji secara terpadu.

Padahal, dalam realitas penggunaan e-wallet, generasi muda tidak hanya dipengaruhi oleh pemahaman terhadap produk syariah, tetapi juga oleh paparan influencer di media sosial dan kebiasaan penggunaan e-wallet atau paylater konvensional yang telah melekat dalam rutinitas transaksi. Influencer syariah berpotensi menjadi sumber norma subjektif baru karena membentuk persepsi bahwa penggunaan produk keuangan syariah adalah perilaku yang didukung lingkungan sosial dan keagamaan, sekaligus efektif menjangkau Gen Z yang sangat dekat dengan media sosial. Di sisi lain, kebiasaan menggunakan e-wallet dan paylater konvensional dapat menjadi penghambat adopsi dompet digital syariah karena transaksi sering dilakukan secara otomatis berdasarkan rutinitas dan kenyamanan, sejalan dengan pandangan UTAUT2 yang menempatkan habit sebagai faktor penting dalam niat dan penggunaan teknologi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini memfokuskan perhatian pada pengaruh literasi keuangan syariah, influencer syariah, dan habitual financial behavior terhadap niat

JESYA
JURNAL EKONOMI & EKONOMI SYARIAH
Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 9 No 2, Juni 2026
E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
DOI : https://doi.org/ 10.36778/jesya.v9i2.2713

penggunaan dompet digital syariah pada Generasi Z dan Milenial di Jabodetabek. Posisi penelitian ini berbeda dari studi sebelumnya karena mengintegrasikan TPB dan perspektif habit dari UTAUT2 secara eksplisit, dengan menempatkan literasi keuangan syariah sebagai pembentuk sikap, influencer syariah sebagai pembentuk norma subjektif, dan habitual financial behavior sebagai faktor kebiasaan teknologi yang memengaruhi niat penggunaan. Dengan model tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih kontekstual mengenai niat penggunaan dompet digital syariah pada generasi muda Muslim di kawasan perkotaan.

LANDASAN TEORI

The Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) menyatakan bahwa niat berperilaku dibentuk oleh tiga komponen: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan perceived behavioral control; niat kemudian menjadi penentu langsung perilaku aktual. Dalam penelitian ini, TPB dipakai karena mampu menjelaskan niat menggunakan dompet digital syariah dari sisi penilaian pribadi, pengaruh sosial, dan persepsi kemudahan atau kesulitan melakukan transaksi syariah.

Relevansi TPB untuk generasi muda Muslim di Jabodetabek didukung oleh Ikhsan dan Wulandari (2024) yang menemukan bahwa attitude, subjective norms, dan perceived behavioral control berpengaruh signifikan terhadap niat investasi *retail green sukuk* dengan daya jelas model yang kuat. Temuan ini mendukung bahwa TPB layak digunakan untuk menjelaskan niat terhadap produk keuangan syariah pada generasi muda di kawasan Jabodetabek. Semakin positif sikap individu, semakin kuat dukungan sosial yang dipersepsikan, maka semakin kuat pula niat yang terbentuk dan pada akhirnya mendorong perilaku aktual (Ajzen, 1991).

UTAUT2 dan Habit

UTAUT2 menempatkan habit sebagai salah satu faktor penting yang memengaruhi niat dan perilaku penggunaan teknologi. Habit dipahami sebagai kecenderungan seseorang menggunakan teknologi secara otomatis karena pengalaman penggunaan yang berulang. Dalam konteks pembayaran digital, hal ini berarti bahwa pengguna yang sudah terbiasa menggunakan satu aplikasi atau satu pola transaksi akan cenderung mengulangi perilaku tersebut tanpa banyak evaluasi ulang.

Pentingnya faktor kebiasaan juga dapat ditarik dari studi sistem pembayaran digital yang menekankan pengalaman dan compatibility. Candy dan Rudyanto (2022) menemukan bahwa experience berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan mobile payment system, sementara subjective norms tidak signifikan. Temuan itu menunjukkan bahwa dalam beberapa konteks, perilaku dan pengalaman penggunaan teknologi dapat lebih dominan dibandingkan pengaruh sosial umum. Dalam penelitian ini, pandangan tersebut dipakai untuk menjelaskan bahwa habitual financial behavior dapat menjadi faktor kunci dalam niat penggunaan dompet digital syariah, khususnya ketika generasi muda sudah sangat terbiasa dengan e-wallet dan paylater konvensional.

Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tingkat pengetahuan, pemahaman, dan keyakinan individu terhadap prinsip, produk, dan mekanisme keuangan syariah including akad, larangan riba, gharar, dan maysir—serta

JESYA
JURNAL EKONOMI & EKONOMI SYARIAH
Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 9 No 2, Juni 2026
E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
DOI : https://doi.org/ 10.36778/jesya.v9i2.2713

kemampuan menilai apakah layanan keuangan digital, termasuk dompet digital, sesuai dengan ketentuan syariah. Dengan demikian, literasi keuangan syariah diposisikan bukan sekadar wawasan keuangan umum, tetapi sebagai dasar evaluasi kesesuaian dompet digital syariah dengan nilai Islam.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi berpengaruh positif terhadap penggunaan produk digital, misalnya literasi keuangan umum terhadap penggunaan ShopeePay (Maulana & Zoraya, 2024), namun belum spesifik pada aspek syariah. Temuan Nirmala dan Wulandari (2024) bahwa literasi halal meningkatkan pemilihan produk fashion halal Gen Z di Jabodetabek menguatkan bahwa pengetahuan halal dapat membentuk preferensi konsumsi, sehingga secara konseptual mendukung penempatan literasi keuangan syariah sebagai representasi sikap dalam kerangka TPB untuk menjelaskan niat menggunakan dompet digital syariah.

Influencer Syariah

Influencer syariah adalah individu yang memiliki pengaruh di media sosial dan secara aktif menyampaikan konten keislaman, edukasi keuangan syariah, atau rekomendasi produk yang dipandang sesuai dengan prinsip syariah. Dalam proposal sebelumnya, influencer syariah dijelaskan mencakup ustaz, dai, perencana keuangan syariah, dan kreator konten islami yang menjadi rujukan generasi muda dalam memahami pilihan produk keuangan. Peran mereka tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pembentuk standar sosial tentang perilaku finansial yang dianggap layak, halal, dan relevan dengan identitas Muslim.

Dalam perspektif TPB, posisi influencer syariah paling dekat dengan norma subjektif. Individu cenderung membentuk niat ketika merasa bahwa orang atau figur yang dianggap penting mendukung perilaku tertentu. Pada generasi muda digital, figur penting itu tidak lagi terbatas pada keluarga atau teman, tetapi juga meluas ke influencer yang diikuti secara rutin di media sosial.

Argumen ini diperkuat oleh Nirmala dan Wulandari (2024), yang menekankan bahwa Gen Z sangat dekat dengan media sosial dan kampanye berbasis influencer berpotensi efektif membentuk pilihan konsumsi halal. Dengan demikian, influencer syariah dalam penelitian ini diposisikan sebagai representasi norma subjektif yang relevan dengan perilaku generasi muda Muslim di era digital.

Habitual Financial Behavior

Habitual financial behavior adalah kebiasaan perilaku keuangan digital yang terbentuk melalui penggunaan berulang aplikasi pembayaran dan kemudian menjadi respons otomatis dalam transaksi sehari-hari. Dalam proposal sebelumnya, variabel ini dijelaskan melalui dimensi frekuensi penggunaan, otomatisitas, ketergantungan pada fitur, resistensi berpindah, dan rutinitas mengelola transaksi dengan aplikasi digital. Dengan kata lain, habitual financial behavior menggambarkan bagaimana perilaku finansial digital tidak lagi sepenuhnya dipandu oleh pertimbangan sadar, tetapi oleh pola yang telah mengakar.

Dalam konteks dompet digital syariah, habitual financial behavior memiliki posisi yang khas. Jika pada banyak studi habit memperkuat penggunaan teknologi, dalam penelitian ini kebiasaan pada e-wallet dan paylater konvensional justru dapat menahan niat beralih ke layanan syariah. Semakin kuat rutinitas pengguna dengan layanan konvensional, semakin besar kemungkinan mereka bertahan pada pilihan tersebut meskipun memahami

JESYA
JURNAL EKONOMI & EKONOMI SYARIAH
Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 9 No 2, Juni 2026
E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
DOI : https://doi.org/ 10.36778/jesya.v9i2.2713

nilai positif produk syariah. Karena itu, habitual financial behavior penting diuji sebagai faktor tersendiri, bukan hanya sebagai pelengkap variabel teknologi umum.

Sintesis Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa niat dan penggunaan pembayaran digital dipengaruhi oleh kombinasi faktor teknologi, literasi, sosial, dan pengalaman. Candy dan Rudyanto (2022) menemukan bahwa usefulness, compatibility, dan experience berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan mobile payment system, sedangkan subjective norms tidak signifikan. Maulana dan Zoraya (2024) menunjukkan bahwa perceived ease of use, kepercayaan, dan literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan ShopeePay. Di tingkat global, kajian systematic literature review penelitian terdahulu terhadap artikel lainnya juga menegaskan bahwa perceived usefulness dan social influence merupakan determinan kunci adopsi fintech, sementara trust, literasi keuangan, dan aspek keamanan juga muncul sebagai faktor penting dalam mendorong niat penggunaan layanan fintech (Firmansyah, Masri, Anshari, & Besar, 2023).

Pada sektor halal dan keuangan syariah, beberapa studi memperluas pemahaman mengenai peran literasi dan konstruk perilaku. Nirmala dan Wulandari (2024) menemukan bahwa literasi halal berpengaruh positif signifikan terhadap pemilihan produk fashion halal pada Gen Z di Jabodetabek, sehingga menegaskan pentingnya pengetahuan nilai halal dalam proses pengambilan keputusan konsumsi. Ikhsan dan Wulandari (2024) membuktikan bahwa attitude, subjective norms, dan perceived behavioral control berpengaruh terhadap niat investasi retail green sukuk di kalangan Muslim millennial Jabodetabek, sejalan dengan kerangka Theory of Planned Behavior (TPB). Pada level internasional, penelitian terdahulu yang menguji penerimaan Islamic mobile fintech services dengan kerangka UTAUT2 menemukan bahwa social influence, facilitating conditions, price value, dan perceived credibility berpengaruh positif terhadap penerimaan layanan tersebut (Hassan, Islam, Yusof, Nasir, & Huda, 2023). Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa pengetahuan halal/syariah, kepercayaan, serta konstruk TPB/UTAUT relevan dalam menjelaskan perilaku generasi muda Muslim terhadap produk halal dan layanan keuangan syariah, termasuk pembayaran digital.

Sementara itu, kajian tinjauan yang lebih makro menunjukkan bahwa Islamic fintech berkembang dalam lanskap yang ditandai isu kepercayaan, regulasi, literasi, dan kesesuaian syariah. Penelitian terdahlu juga menyoroti bahwa tren dan tantangan utama Islamic fintech di berbagai negara meliputi kebutuhan membangun kepercayaan pengguna, meningkatkan literasi keuangan syariah, serta memastikan kepatuhan syariah dalam desain produk dan layanan (Dawood, Al Zadjali, Al Rawahi, Karim, & Hazik, 2022). Pemetaan tersebut menunjukkan adanya peluang sekaligus tantangan dalam pengembangan layanan fintech syariah, termasuk dompet digital syariah, yang menuntut integrasi aspek teknologis dan nilai-nilai syariah dalam mendorong adopsi.

Berdasarkan sintesis tersebut, penelitian ini mengambil posisi untuk mengintegrasikan temuan-temuan sebelumnya ke dalam satu model yang lebih sesuai dengan konteks dompet digital syariah. Literasi keuangan syariah diposisikan sebagai pembentuk sikap, influencer syariah sebagai pembentuk norma subjektif, dan habitual financial behavior sebagai konstruk kebiasaan teknologi yang memengaruhi niat penggunaan dompet digital syariah pada Generasi Z dan Milenial di Jabodetabek. Posisi ini sekaligus menjadi pembeda dari studi sebelumnya yang cenderung memisahkan faktor-

JESYA
JURNAL EKONOMI & EKONOMI SYARIAH
Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 9 No 2, Juni 2026
E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
DOI : https://doi.org/ 10.36778/jesya.v9i2.2713

faktor tersebut, masih menempatkannya dalam konteks e-wallet konvensional, atau belum secara spesifik mengkaji dompet digital syariah pada generasi muda Muslim.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif-kausal untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, influencer syariah, dan *habitual financial behavior* terhadap niat penggunaan dompet digital syariah pada Generasi Z dan Milenial di Jabodetabek. Responden adalah individu berusia 17–44 tahun yang termasuk kategori Generasi Z atau Milenial, berdomisili di Jabodetabek, dan pernah menggunakan dompet digital konvensional dan/atau syariah, yang dipilih dengan teknik non-probability purposive sampling. Ukuran sampel ditentukan dengan aturan 10 times rule SEM-PLS (minimal 60 responden) dan penelitian ini melibatkan 80 responden sehingga memenuhi kriteria kecukupan sampel untuk model berkompleksitas rendah. (Joseph F. Hair et al., 2017).

Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup skala Likert 1–6 yang disusun berdasarkan definisi operasional dan indikator variabel yang diadaptasi dari OJK, TPB, dan UTAUT2, kemudian disebarkan secara daring melalui media sosial dan jaringan perkuliahan setelah dilakukan *pilot test* pada sekitar 30 responden. Analisis data dilakukan dengan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) menggunakan perangkat lunak SmartPLS, melalui tahapan evaluasi model pengukuran (validitas dan reliabilitas) dan model struktural (R^2, serta signifikansi koefisien jalur) (Joseph F. Hair et al., 2017).

Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen terdiri atas literasi keuangan syariah (X1), influencer syariah (X2), dan habitual financial behavior (X3), sedangkan variabel dependen adalah niat penggunaan dompet digital syariah (Y).

Tabel 1. Definisi operasional variabel dan indikator

Variabel	Definisi operasional	Skala Likert	Sumber utama
X1	Tingkat pengetahuan, pemahaman, dan keyakinan responden tentang prinsip dan produk keuangan syariah, termasuk dompet digital syariah, serta kemampuan membedakan dan menilai kesesuaian syariah layanan keuangan digital dibandingkan produk konvensional.	Likert 1–6	(Rohmania, Sholihah, & Nurhapsari, 2023)
X2	Persepsi responden mengenai tingkat paparan, kredibilitas, dan pengaruh influencer bertema Islami (ustaz, dai, perencana keuangan syariah, kreator konten Islami) yang membahas atau merekomendasikan produk keuangan syariah termasuk dompet digital syariah.	Likert 1–6	(Mulyanti, Rusiyati, Sulastri, & Harahab, 2025); (Badriah, 2025)
X3	Kebiasaan perilaku keuangan digital yang terbentuk melalui penggunaan berulang dompet	Likert 1–6	(Venkatesh, Morris, Davis,

JESYA
JURNAL EKONOMI & EKONOMI SYARIAH
Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 9 No 2, Juni 2026
E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
DOI : https://doi.org/ 10.36778/jesya.v9i2.2713

	digital konvensional sehingga menjadi respons otomatis dalam bertransaksi dan memengaruhi kemudahan atau kesulitan beralih ke dompet digital syariah.		& Davis, 2019); (Rezza, Widyana, & Anggraeni, 2024)
Y	Keinginan, rencana, dan kesiapan Generasi Milenial dan Generasi Z di Jabodetabek untuk mulai menggunakan atau meningkatkan penggunaan dompet digital syariah dalam transaksi keuangan digital.	Likert 1–6	(Ajzen, 1991); (Purnamasari, 2024)

Sumber: Diolah peneliti dari Ajzen (1991); Venkatesh et al. (2019); Rohmania et al. (2023); Purnamasari (2024); Mulyanti et al. (2025); Badriah (2025); Rezza et al. (2024)

Hipotesis Statistika

Hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah:

- H01: Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan dompet digital syariah pada Generasi Z dan Milenial di Jabodetabek.
- Ha1: Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan dompet digital syariah pada Generasi Z dan Milenial di Jabodetabek.
- H02: Influencer syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan dompet digital syariah pada Generasi Z dan Milenial di Jabodetabek.
- Ha2: Influencer syariah berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan dompet digital syariah pada Generasi Z dan Milenial di Jabodetabek.
- H03: Habitual financial behavior tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan dompet digital syariah pada Generasi Z dan Milenial di Jabodetabek.
- Ha3: Habitual financial behavior berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan dompet digital syariah pada Generasi Z dan Milenial di Jabodetabek.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 80 responden dari seluruh wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi), Peneliti menyebarkan kuesioner secara online melalui Google Form dalam waktu 2 bulan kepada Generasi Milenial (lahir 1981–1996) dan Generasi Z. Bagian ini menjelaskan karakterisitk responden.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Persentase
Usia (Generasi)	Generasi Z	60,9%
	Generasi Milenial	39,1%
Pendidikan	Sekolah Menengah Atas (SMA)	48,3%
	Sarjana (S1)	43,7%
	Diploma (D1/D3/D4)	5,7%
	Lainnya	<5%
Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar	59,8%

JESYA
JURNAL EKONOMI & EKONOMI SYARIAH
Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 9 No 2, Juni 2026
E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
DOI : https://doi.org/ 10.36778/jesya.v9i2.2713

	Karyawan	23,1%
	Wirausahawan	9,2%
	Lainnya	<10%

Sumber: Data primer yang diolah dari kuesioner Google Forms, 2026

Hasil Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Analisis model pengukuran dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas indikator yang membentuk konstruk laten: pemahaman keuangan syariah digital (X1), pengaruh sosial influencer syariah (X2), habitual financial behavior (X3), dan niat menggunakan dompet digital syariah (Y).

1. Uji Validitas Konvergen

Tabel 3 menyajikan nilai outer loading akhir seluruh indikator terhadap konstruk masing masing.

Tabel 3. *Outer Loadings*

Konstruk	Indikator	*Outer loading*	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	X1.1	0,885	Valid
	X1.2	0,880	Valid
	X1.3	0,871	Valid
	X1.4	0,788	Valid
	X1.5	0,797	Valid
	X1.6	0,841	Valid
Influencer Syariah (X2)	X2.1	0,798	Valid
	X2.2	0,846	Valid
	X2.3	0,851	Valid
	X2.4	0,868	Valid
	X2.5	0,798	Valid
	X2.6	0,764	Valid
Kebiasan Finansial (X3)	X3.1	0,867	Valid
	X3.2	0,921	Valid
	X3.3	0,842	Valid
	X3.4	0,818	Valid
Intetion to Use (Y)	Y1	0,902	Valid
	Y2	0,912	Valid
	Y3	0,896	Valid
	Y4	0,922	Valid
	Y5	0,856	Valid
	Y6	0,892	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2026

JESYA
JURNAL EKONOMI & EKONOMI SYARIAH
Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 9 No 2, Juni 2026
E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
DOI : https://doi.org/ 10.36778/jesya.v9i2.2713

Seluruh indikator memiliki outer loading > 0,75, jauh di atas batas minimal 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator valid secara konvergen dalam merefleksikan konstruk laten terkait.

Validitas konvergen juga dinilai melalui nilai Average Variance Extracted (AVE) pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji *Convergent Validity*

Konstruk	AVE	Keterangan
X1	0,714	valid
X2	0,675	valid
X3	0,744	valid
Y	0,805	valid

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Nilai AVE seluruh konstruk > 0,50 sehingga masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya; dengan demikian, validitas konvergen konstruk terpenuhi.

2. Uji Reliabilitas Konstruk: Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Reliabilitas internal konstruk dinilai melalui Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR), sebagaimana disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Uji *Construct Reability*

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
X1	0,919	0,937	Reliabel
X2	0,903	0,926	Reliabel
X3	0,886	0,921	Reliabel
Y	0,951	0,961	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2026

3. Uji Validitas Diskriminan

Selanjutnya, uji validitas diskriminan dievaluasi menggunakan Heterotrait–Monotrait Ratio (HTMT) yang hasilnya disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. *Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)*

Konstruk	X1	X2	X3	Y
X1				
X2	0.657			
X3	0.190	0.127		
Y	0.775	0.739	0.155	

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2026

JESYA
JURNAL EKONOMI & EKONOMI SYARIAH
Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 9 No 2, Juni 2026
E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
DOI : https://doi.org/ 10.36778/jesya.v9i2.2713

Seluruh nilai HTMT < 0,90, sehingga kriteria validitas diskriminan **terpenuhi** dan tiap konstruk cukup berbeda satu sama lain.

Hasil Analisis Model Struktural (Inner Model)

Analisis inner model dilakukan untuk menilai hubungan antar konstruk laten, pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap niat penggunaan dompet digital syariah (Y).

1. **Koefisien Determinasi (R-square) dan Intersep Model**

Tabel 7 menyajikan nilai koefisien determinasi R^2pada konstruk Y.

Tabel 7. *R² dan R² adjusted*

Endogenous construct	R²	R² adjusted	Keterangan
Y	0,633	0,619	Moderat–kuat (baik)

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Nilai $R^2 = 0{,}633$menunjukkan bahwa 63,3% varians niat menggunakan dompet digital syariah dapat dijelaskan secara simultan oleh pemahaman keuangan syariah digital (X1), pengaruh sosial influencer syariah (X2), dan habitual financial behavior (X3). Sisanya 36,7% dipengaruhi faktor lain di luar model seperti persepsi kemudahan penggunaan, risiko, atau faktor situasional yang tidak diukur dalam penelitian ini.

Dalam bentuk persamaan regresi laten yang terstandarisasi, hubungan ini dapat dinyatakan sebagai:

$$Y = \beta_0 + 0{,}469\,X1 + 0{,}410\,X2 - 0{,}063\,X3 + \varepsilon$$

Karena PLS-SEM menggunakan variabel laten terstandarisasi, intersep $\beta_0$secara praktis mendekati nol dan tidak menjadi fokus utama interpretasi; perhatian utama diberikan pada besaran dan arah koefisien 0,469; 0,410; dan −0,063 yang merepresentasikan perubahan standar deviasi Y akibat perubahan satu standar deviasi masing-masing X.

2. **Uji multikolinearitas (VIF) dan kelayakan model**

Nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk masing-masing prediktor terhadap Y disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. *Collinearity (VIF)*

Prediktor → Y	VIF	Keterangan
X1 → Y	1,636	Tidak terjadi multikolinearitas
X2 → Y	1,591	Tidak terjadi multikolinearitas
X3 → Y	1,044	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Seluruh nilai VIF < 5 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel independen. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk eksogen tidak mengalami tingkat kolinearitas yang bermasalah dalam memprediksi niat penggunaan dompet digital syariah.

JESYA
JURNAL EKONOMI & EKONOMI SYARIAH
Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 9 No 2, Juni 2026
E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
DOI : https://doi.org/ 10.36778/jesya.v9i2.2713

Selanjutnya, Kelayakan model secara keseluruhan dinilai menggunakan Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) dan Normed Fit Index (NFI), seperti ditunjukkan pada Tabel 9.

Tabel 9. *Model Fit*

Indeks	Saturated model	Estimated model	Keterangan
SRMR	0,066	0,066	Baik (< 0,08)
d_ULS	1,098	1,098	–
d_G	0,726	0,726	–
Chi-square	313,901	313,901	–
NFI	0,806	0,806	Kecocokan model cukup baik

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Nilai SRMR 0,066 menunjukkan residual rata-rata yang rendah, sedangkan NFI 0,806 menggambarkan kecocokan model yang cukup memadai untuk pendekatan PLS-SEM.

3. Ukuran efek (Effect size, f^2)

Nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk masing-masing prediktor terhadap Y disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. *Effect size*

Prediktor f^2	f^2	Keterangan (Cohen)
X1 → Y	0,366	Efek besar
X2 → Y	0,288	Efek sedang–besar
X3 → Y	0,010	Efek sangat kecil
INTENT	0.91	

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Nilai f^2 menunjukkan bahwa X1 memberikan pengaruh terbesar terhadap niat penggunaan dompet digital syariah, diikuti X2, sementara X3 memberikan kontribusi yang sangat kecil dan secara substantif dapat diabaikan.

Hasil Analisis Bootstrapping dan Pengujian Jalur Struktural

Pengujian signifikansi jalur dilakukan melalui prosedur bootstrapping. Tabel 11 menyajikan ringkasan koefisien jalur, nilai t, dan p-value.

Tabel 11. Koefisien jalur, nilai t, dan p-value

Jalur	Original Sample (O)	t-statistic	p-value	Keterangan
X1 → Y	0,469	5,915	0,000	Signifikan, pengaruh positif kuat
X2 → Y	0,410	5,754	0,000	Signifikan, pengaruh positif
X3 → Y	−0,063	0,748	0,455	Tidak signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2026

JESYA
JURNAL EKONOMI & EKONOMI SYARIAH
Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 9 No 2, Juni 2026
E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
DOI : https://doi.org/ 10.36778/jesya.v9i2.2713

Untuk memperkuat kesimpulan signifikansi, interval kepercayaan 95% bias-corrected ditampilkan pada Tabel 12.

Tabel 12. *Confidence intervals bias-corrected*

Jalur	Original Sample (O)	2,5%	97,5%	Keterangan
X1 → Y	0,469	0,301	0,607	signifikan
X2 → Y	0,410	0,260	0,542	signifikan
X3 → Y	−0,063	−0,200	0,147	tidak signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Analisis Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian signifikansi jalur struktural dalam model dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping pada PLS-SEM. Tabel 13 menyajikan ringkasan koefisien jalur, nilai t-statistic, p-value, serta interval kepercayaan 95 persen untuk masing-masing hipotesis.

Tabel 13. Analisis Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Jalur	Koefisien Jalur	t-statistic	p-value	Keputusan Hipotesis
H1	X1 → Y	0,469	5,915	0,000	H0 ditolak, H1 diterima
H2	X2 → Y	0,410	5,754	0,000	H0 ditolak, H2 diterima
H3	X3 → Y	−0,063	0,748	0,455	H0 tidak ditolak, H3 ditolak

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap berbasis pemahaman keuangan syariah digital (X1) dan norma subjektif melalui influencer syariah (X2) mendorong niat Generasi Z dan Milenial Muslim urban Jabodetabek untuk menggunakan dompet digital syariah, sementara habitual financial behavior (X3) justru merefleksikan behavioral inertia dan switching resistance akibat dominasi platform e-wallet dan paylater konvensional dalam ekosistem konsumsi digital mereka. Dalam konteks ini, kebiasaan transaksi digital Muslim urban lebih banyak terkunci pada kenyamanan, jaringan merchant, dan insentif platform konvensional, sehingga habit lama tidak otomatis bertransformasi menjadi niat beralih ke kanal syariah; niat adopsi dompet digital syariah lebih ditentukan oleh sejauh mana nilai dan pengetahuan syariah diinternalisasi dalam perilaku konsumsi digital, serta seberapa kuat tekanan sosial dan otoritas keagamaan yang memaknai ulang keputusan finansial sehari-hari sebagai bagian dari identitas Muslim urban yang sadar halal.

JESYA
JURNAL EKONOMI & EKONOMI SYARIAH
Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 9 No 2, Juni 2026
E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
DOI : https://doi.org/ 10.36778/jesya.v9i2.2713

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan pengaruh influencer syariah berpengaruh positif signifikan terhadap niat Generasi Milenial dan Generasi Z di Jabodetabek untuk menggunakan dompet digital syariah, sedangkan habitual financial behavior pada e-wallet dan paylater konvensional tidak berpengaruh signifikan terhadap niat tersebut. Hasil ini konsisten dengan kajian (Firmansyah et al., 2023) yang menempatkan literasi dan pengetahuan finansial sebagai salah satu determinan penting adopsi fintech secara global, serta temuan Nirmala dan Wulandari (2024) dan (Ikhsan & Wulandari, 2024) yang menegaskan peran literasi halal/syariah dan konstruk Theory of Planned Behavior dalam menjelaskan perilaku keuangan generasi muda Muslim. Dukungan terhadap pentingnya faktor sosial juga sejalan dengan (Hassan et al., 2023) yang menemukan bahwa social influence berpengaruh positif signifikan terhadap penerimaan Islamic mobile FinTech services. Namun, hasil ini berbeda dari Candy dan Rudyanto (2022) serta (Rezza et al., 2024) yang menunjukkan bahwa pengalaman dan habit berperan signifikan dalam niat dan penggunaan pembayaran digital konvensional. Model struktural menghasilkan nilai R^2 sebesar 0,633, sehingga ketiga variabel independen secara bersama menjelaskan 63,3 persen variasi niat penggunaan dompet digital syariah.

Secara ilmiah, temuan ini menegaskan relevansi Theory of Planned Behavior dalam konteks dompet digital syariah, dengan literasi keuangan syariah diposisikan sebagai pembentuk sikap dan influencer syariah sebagai sumber norma subjektif, sementara konstruk habit non-syariah yang diadopsi dari UTAUT2 belum berfungsi sebagai prediktor niat dalam konteks ini. Penelitian ini memperkaya literatur fintech syariah dengan menunjukkan bahwa influencer syariah dapat menjadi penghubung antara pengetahuan institusional (fatwa, regulasi, edukasi syariah) dan niat adopsi layanan digital di kalangan generasi muda Muslim.

Secara praktis, hasil penelitian mengindikasikan perlunya program literasi keuangan syariah yang secara eksplisit memasukkan penggunaan dompet digital syariah dalam transaksi harian, serta penguatan kolaborasi strategis antara penyedia dompet digital syariah dan influencer syariah yang kredibel untuk mengampanyekan kepatuhan syariah dan kemudahan layanan. Untuk mengurangi inertia akibat kebiasaan menggunakan e-wallet konvensional, ekosistem dompet digital syariah perlu diperluas ke sektor e-commerce, transportasi, dan layanan pesan-antar dengan insentif yang konsisten sehingga kebiasaan transaksi syariah dapat terbentuk.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan non-probability sampling di wilayah Jabodetabek, desain cross-sectional, serta pengukuran self-reported yang berpotensi menimbulkan common method bias dan social desirability bias. Studi selanjutnya disarankan menggunakan probabilistic sampling dan desain longitudinal, serta menguji kembali model dengan menambahkan variabel persepsi risiko, kepercayaan terhadap platform, religiositas, dan perceived value yang dalam studi fintech syariah dan digital banking terbukti memengaruhi niat dan perilaku penggunaan

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

Badriah, T. A. N. (2025). Pengaruh digital influencer dan endorsement terhadap keputusan penggunaan tabungan syariah oleh Gen Z (Studi kasus mahasiswa FEBI UIN STS Jambi). *MARGIN: Journal of Islamic Banking*, 5(1), 83–102.

Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 9 No 2, Juni 2026
E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
DOI : https://doi.org/ 10.36778/jesya.v9i2.2713

https://doi.org/10.30631/emcx1y48

Candy, C., & Rudyanto, R. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat dalam penggunaan sistem pembayaran seluler. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1571–1584. https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.748

Dawood, H., Al Zadjali, D. F., Al Rawahi, M., Karim, D. S., & Hazik, M. I. (2022). Business trends & challenges in Islamic FinTech: A systematic literature review. *F1000Research*, 11, 329. https://doi.org/10.12688/f1000research.109400.1

Firmansyah, E. A., Masri, M., Anshari, M., & Besar, M. H. A. (2023). Factors affecting fintech adoption: A systematic literature review. *FinTech*, 2(1), 2–33. https://doi.org/10.3390/fintech2010002

Hassan, M. S., Islam, M. A., Yusof, M. F. B., Nasir, H., & Huda, N. (2023). Investigating the determinants of Islamic mobile FinTech service acceptance: A modified UTAUT2 approach. *Risks*, 11(2), 1–20. https://doi.org/10.3390/risks11020040

Ikhsan, M. A., & Wulandari, R. (2024). Impact of attitude, subjective norms, and perceived behavioural control on intention to invest in retail green sukuk among Muslim millennials in Jabodetabek. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(1), 149–168. https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss1.art9

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Maulana, R., & Zoraya, I. (2024). Pengaruh perceived ease of use, kepercayaan dan literasi keuangan terhadap penggunaan ShopeePay pada masyarakat Bengkulu. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 640–654. https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1442

Mulyanti, K., Rusiyati, S., Sulastri, T., & Harahab, J. (2025). Trust as the gateway to Islamic bank adoption: Integrating digital religious influence and management capability. *Annals of Human Resource Management Research*, 5(3), 403–419. https://doi.org/10.35912/ahrmr.v5i3.3816

Nirmala, N., & Wulandari, R. (2024). Pengaruh literasi halal, religiusitas, dan sikap konsumtif terhadap pemilihan produk fashion Gen Z. *Al-Iqtishod: Journal of Islamic Economics*, 6(1), 1–11. https://doi.org/10.37146/ajie.v6i1.326

Purnamasari, L. (2024). *Niat menggunakan dompet digital syariah pada Generasi Y dan Z: Pendekatan Technology Acceptance Model* (Skripsi S1). Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung. Retrieved from https://repository.upi.edu/129578/

Rezza, A. M., Widyana, S. F., & Anggraeni, A. D. (2024). Digital payment adoption: The antecedent of habit and behavioral intention. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(4), 768–775. https://doi.org/10.29210/020243563

Rohmania, A. S., Sholihah, E., & Nurhapsari, R. (2023). Developing Islamic financial literacy in improving Islamic financial behavior towards the financial well-being of MSMEs: The moderating effect of e-payment usage. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 9(2), 293–310. https://doi.org/10.20885/jielariba.vol9.iss2.art2

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. Retrieved from https://www.jstor.org/stable/30036540