

Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Lending Syariah* (Studi pada UMKM di Kota Malang)

Achmad Yoga Rifandi Andriansyah, Afifudin, Abdullah Syakur Novianto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Malang
Email: yogadandung7@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi serta komunikasi sudah memberikan perubahan signifikan pada banyak sektor, diantaranya sektor keuangan. di antara inovasi yang berkembang pesat ialah *financial technology (fintech)*, yang menghadirkan kemudahan akses layanan keuangan, terutama bagi UMKM. Penelitian ini mempunyai tujuan dalam menganalisa pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, serta persepsi kegunaan terhadap minat UMKM di Kota Malang dalam menggunakan *fintech* berbasis syariah. *Fintech* syariah memberikan alternatif keuangan berdasarkan prinsip syariah, sekaligus mendorong inklusi keuangan nasional. Studi ini memanfaatkan model kuantitatif atas metode survei pada pelaku UMKM di Kota Malang. Data yang dikumpulkan dianalisa memanfaatkan regresi linier berganda dalam menguji pengaruh variabel independen terhadap minat penggunaan *fintech* syariah. Temuan studi menunjukkan jika literasi keuangan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat UMKM memakai *fintech* syariah. Persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan juga terbukti memengaruhi minat UMKM secara signifikan, di mana pengguna merasa bahwa *fintech* syariah mempermudah akses pembiayaan dan meningkatkan efisiensi operasional mereka. Studi ini menyimpulkan jika literasi keuangan, persepsi kemudahan, serta persepsi kegunaan merupakan faktor utama yang mendukung minat UMKM dalam memanfaatkan layanan *fintech* syariah. Dengan demikian, upaya peningkatan literasi keuangan dan pengembangan platform *fintech* syariah yang mudah diakses dan memberikan manfaat nyata sangat penting untuk mendukung pertumbuhan UMKM di Kota Malang.

Kata kunci: Literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, *fintech* syariah, minat, UMKM, Kota Malang.

ABSTRACT

The advancement of information and communication technology has brought significant changes to many sectors, including the financial sector. Among the rapidly developing innovations is financial technology (fintech), which provides easy access to financial services, especially for MSMEs. This study aims to analyze the influence of financial literacy, perception of ease, and perception of usefulness on the interest of MSMEs in Malang City in using sharia-based fintech. Sharia fintech provides a financial alternative based on sharia principles, while encouraging national financial inclusion. This study uses a quantitative model of the survey method on MSME actors in Malang City. The data collected was analyzed using multiple linear regression to test the influence of independent variables on the interest in using sharia fintech. The study findings show that financial literacy has a significant positive effect on the interest of MSMEs in using sharia fintech. Perception of ease and perception of usefulness have also been shown to significantly influence the interest of MSMEs, where users feel that sharia fintech makes it easier to access financing and increases their operational efficiency. This study concludes that financial literacy, perception of ease, and perception of usefulness are the main factors that support the interest of MSMEs in utilizing sharia fintech services. Thus, efforts to increase financial literacy and develop a sharia fintech platform that is easily accessible and provides real benefits are very important to support the growth of MSMEs in Malang City.

Keywords: Financial literacy, perceived convenience, perceived usefulness, sharia fintech, interest,

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sudah membawa perubahan signifikan pada banyak sektor kehidupan, diantaranya sektor keuangan. Diantara inovasi penting yang muncul ialah *Financial Technology (fintech)*, yang memanfaatkan teknologi modern dalam menyediakan layanan keuangan yang lebih mudah, cepat, dan efisien. Berdasarkan pendapat National Digital Research Center (NDRC), *fintech* ialah inovasi yang menggabungkan layanan keuangan serta teknologi modern untuk memenuhi kebutuhan pengguna yang semakin kompleks (Granita, 2020).

Di Indonesia, *fintech* telah mengalami pertumbuhan yang pesat, didukung oleh penetrasi internet yang terus meningkat. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 79,5%, atas 221,6 juta pengguna atas jumlah populasi 278,6 juta jiwa (OJK, 2024). Kondisi ini menjadi salah satu faktor pendorong penggunaan layanan *fintech* yang semakin marak diadopsi masyarakat. Selain itu, keberadaan *fintech* diinginkan pula mampu mendorong inklusi keuangan nasional, mengingat masih banyaknya penduduk yang tergolong *unbanked*, yaitu belum memiliki akses terhadap layanan keuangan formal.

Satu diantara jenis *fintech* yang berkembang pesat di Indonesia yaitu *fintech lending* berbasis syariah. Menurut data OJK, terdapat tujuh platform *fintech* syariah yang telah berizin, seperti Ammana, Alami, Dana Syariah, dan lainnya. *Fintech* syariah tidak hanya menyediakan akses pembiayaan, tetapi juga menawarkan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, maka mengundang minat pelaku UMKM yang ingin tetap mematuhi nilai-nilai agama dalam aktivitas keuangan mereka (Alfarizi & Ngatindriatun, 2022).

Kota Malang, sebagai satu diantara kota secara pertumbuhan UMKM yang pesat, menjadi contoh wilayah yang memanfaatkan teknologi finansial untuk mendukung pengembangan bisnis. Program seperti Malang 4.0 yang diinisiasi oleh pemerintah kota bertujuan mendorong digitalisasi UMKM agar lebih kompetitif di pasar. *Fintech* memberikan solusi pembiayaan yang lebih mudah dan cepat bagi UMKM, membantu mereka mengatasi keterbatasan akses pembiayaan dari lembaga perbankan tradisional (CNBC Indonesia, 2020).

Namun, efektivitas penggunaan *fintech* oleh UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor. Literasi keuangan, misalnya, sangat penting dalam membantu UMKM memahami konsep dasar keuangan, mengambil keputusan yang tepat, dan memanfaatkan layanan *fintech* dengan optimal (Lusardi et al., 2011). Selain itu, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap teknologi juga memainkan peran penting dalam meningkatkan minat pengguna (Nopy & Noersanti, 2022; Asri et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mempunyai tujuan dalam mengkaji pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, serta persepsi kegunaan pada minat menggunakan *fintech lending* berbasis syariah di UMKM di Kota Malang. Studi ini diinginkan mampu menghasilkan kontribusi atas pengembangan *fintech* syariah serta mendukung peningkatan inklusi dan literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM.

Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang sudah dipasarkan, untuk itu rumusan masalah yang ada dalam studi ini ialah antara lain:

1. Apakah Literasi Keuangan mempunyai pengaruh pada Minat Penggunaan *Fintech Lending* Syariah di UMKM di Kota Malang?
2. Apakah Persepsi Kemudahan mempunyai pengaruh pada Minat Penggunaan *Fntech Lending* Syariah di UMKM di Kota Malang?
3. Apakah Persepsi Kegunaan mempunyai pengaruh pada Minat Penggunaan *Fintech Lending* Syariah di UMKM di Kota Malang?

Tujuan Penelitian

1. Dalam mengidentifikasi serta menganalisis Pengaruh Literasi Keuangan pada minat penggunaan *fintech lending* syariah di UMKM di Kota Malang.
2. Dalam mengidentifikasi serta menganalisis pengaruh Persepsi Kemudahan pada minat penggunaan *fintech lending* syariah di UMKM di Kota Malang.
3. Dalam mengidentifikasi serta menganalisis pengaruh Persepsi Kegunaan pada minat penggunaan *fintech lending* syariah di UMKM di Kota Malang.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Fintech Syariah

Menurut Rusydiana, (2019) *Fintech* syariah adalah layanan maupun produk keuangan yang menggunakan teknologi dengan basis skema syariah. *P2P Lending* Syariah ialah sebuah layanan keuangan yang didasarkan pada prinsip Syariah yang menyatukan pemberi dan penerima pembiayaan untuk melaksanakan akad pembiayaan pada mata uang rupiah. *Fintech* syariah ialah inovasi layanan keuangan berbasis syariah lewat penggunaan kemajuan teknologi, skema serta penawaran yang dimanfaatkannya juga beda sama layanan konvensional, juga memberi batasan tertentu pada penggunaan dana yang hendak di investasikan kudepanya (Nursyahida, 2022).

Minat Penggunaan

Minat memanfaatkan ialah tingkat keinginan berapa kuat seseorang dalam memanfaatkan perilaku tertentu, ataupun rencana seseorang dengan cara sadar dalam melaksanakan ataupun tidak melaksanakan sesuatu di waktu yang akan datang yang sudah ditetapkan sebelumnya (Permana, 2018).

Literasi Keuangan

Lusardi et al (2011) menyatakan kalau Literasi Keuangan mencakup atas sejumlah kemampuan serta pemahaman tentang keuangan yang dimiliki sama individu agar bisa memanfaatkan sejumlah uang dalam menaikkan taraf hidup. Menurut Mandel di dalam penelitian Rumbinianingrum & Wijayangka, (2018) Literasi Keuangan ialah kemampuan dalam melakukan evaluasi instrumen keuangan yang baru serta luas, dan bisa menjadikan penilaian di instrument keuangan. Berdasarkan pengertian ini bisa diambil simpulan kalau literasi keuangan ialah kemampuan dalam memahami serta melaksanakan kompetensi keuangan contohnya untuk menabung, membentuk anggaran, investasi pada pengelolaan pengeluaran.

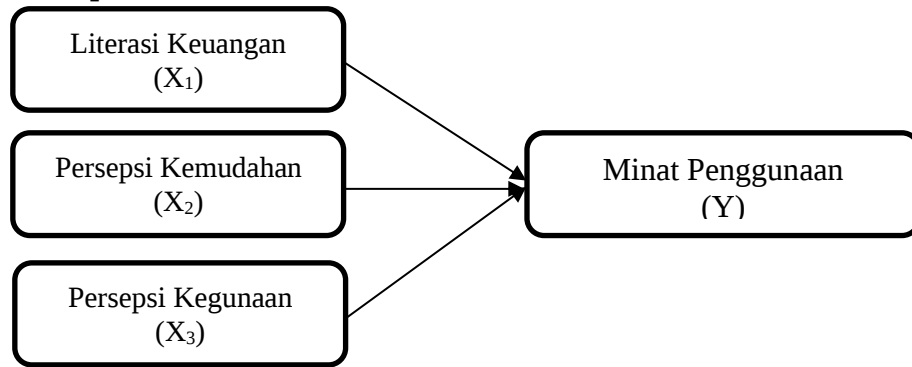
Persepsi Kemudahan

Berdasarkan pendapat Jogiyanto (2019:934) Persepsi kemudahan penggunaan ialah ukuran yang mana individu percaya kalau ketika memanfaatkan teknologi bisa jelas dimanfaatkan serta tidak memerlukan banyak usaha namun harus gampang dimanfaatkan serta gampang dalam mengoperasikannya.

Persepsi Kegunaan

Muthi'ah & Indrarini, (2023) mendefinisikan persepsi kegunaan sebagai ukuran kepercayaan pengguna terhadap manfaat yang akan diperoleh dari penggunaan suatu sistem, seperti peningkatan kinerja. Seseorang hendak cenderung memanfaatkan sebuah sistem teknologi informasi saat memiliki keyakinan kalau kegiatan ataupun pekerjaannya akan lebih gampang serta hendak bisa lebih menaikkan saat memanfaatkan teknologi itu.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

Berlandaskan pemaparan tentang aspek yang memberikan pengaruh pada literasi keuangan dan masih adanya perbedaan hasil mengenai literasi keuangan. Untuk itu peneliti bisa merumuskan suatu hipotesis antara lain:

- H₁ : Literasi Keuangan mempunyai pengaruh positif pada minat penggunaan *fintech* syariah di UMKM di Kota Malang.
H₂ : Persepsi Kemudahan mempunyai pengaruh pada minat penggunaan *fintech* syariah di UMKM di Kota Malang.
H₃ : Persepsi Kegunaan mempunyai pengaruh pada minat penggunaan *fintech* syariah di UMKM di Kota Malang.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif termasuk jenis penelitian yang memakai data berbentuk angka atau data yang dapat dikonversi menjadi bentuk angka.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi studi ini hendak dilaksanakan di 5 kecamatan Kota Malang, yaitu :

1. Kec.Blimbing.
2. Kec.Kedungkandang.
4. Kec.Klojen.
5. Kec.Lowokwaru.
6. Kec.Sukun.

Waktu penelitian yaitu waktu dilaksanakannya studi maupun ketika studi ini berjalan. Pada studi ini, jangka waktu yang digunakan mulai bulan September 2024 sampai selesai.

Definisi Operasioanal Variabel

1. Variabel Independen (Y)

Pada studi ini yang tergolong pada variabel terikat yaitu minat penggunaan. Adapun indikator variabel minat menjadi nasabah yang bersumber dari penelitian Winanda (2024):

- 1) Minat transnasional merupakan kerelatifan seseorang dalam melaksanakan pembelian produk.
- 2) Minat referensial merupakan kerelatifan seseorang dalam merekomendasikan produk pada orang lain.
- 3) Minat preferensi merupakan minat yang mendeskripsikan tindakan orang yang memiliki atau memilih produk tertentu. Preferensi atau pilihan ini Cuma bisa digantikan apabila ada perubahan pada produk yang mereka pilih.

- 4) Minat eksploratif didefinisikan sebagai perilaku orang yang terus mencari informasi mengenai produk yang mereka minati serta mencari data yang mendorong kualitas positif produk tersebut.
2. Variabel Dependen (X)

Dalam penelitian ini variabel bebas ialah Literasi Keuangan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), serta Persepsi Kegunaan (X3). Adapun indikator per variabel ialah:

Indikator Literasi Keuangan (X₁) yaitu antara lain:

 - 1) Pengetahuan
 - 2) Kepercayaan
 - 3) Kemampuan
 - 4) Perilaku

Indikator Persepsi Kemudahan (X₂) yaitu antara lain:

 - 1) Fleksibilitas
 - 2) Kemudahan dalam berinteraksi
 - 3) Kemudahan dalam digunakan
 - 4) Kemudahan dalam dipelajari

Indikator Persepsi Kegunaan (X₃)

 - 1) Persepsi Efisiensi.
 - 2) Persepsi Efektivitas.
 - 3) Persepsi Kegunaan Untuk Meningkatkan Kinerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Sampel Penelitian

Populasi pada studi ini yaitu Kec.Blimbing, Kec.Kedungkandang, Kec.Klojen, Kec.Lowokwaru, serta Kec.Sukun. Kriteria yang diambil yaitu yang menggunakan *fintech* syariah dan memiliki omset 3.000.000/ bulan.

Tabel 4. 1 Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah	Presentase %
Jumlah kuesioner yang disebar	22.976	100%
Jumlah kuesioner yang tidak diisi	20.557	89%
Jumlah kuesioner yang sesuai kriteria	2.346	8%
Total kuesioner yang dapat diolah	73	3%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Menurut tabel 4.1, jumlah kuesioner yang sesuai kriteria ada 2.346. namun, hanya ada 73 kuesioner yang bisa diolah karena memenuhi syarat dan ada beberapa pernyataan yang tidak lengkap pengisiannya.

Karakteristik Sampel

- a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Data Responden berlandaskan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	38	52%
2.	Perempuan	35	48%
Total		73	100%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berlandaskan tabel 4.2, bisa ditinjau kalau total responden pria lebih tinggi dibandingkan total responden wanita, atas total responden pria sejumlah (52%) dan jumlah responden perempuan sebanyak (48%).

b. Karakteristik Berdasarkan Bidang Usaha

Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan bidang usaha

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Kuliner	23	31%
2.	Fashion	22	12%
3.	Toko kelontong	28	28%
Total		73	100%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Di tabel 4.3, bisa ditinjau jika pengguna *fintech* syariah diantara toko kelontong lebih banyak dibandingkan fashion dan kuliner. Dengan angka kuliner 31%, fashion 12% dan toko kelontong 28%.

c. Karakteristik berlandaskan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SMA/SMK	57	78%
3.	S1	16	22%
Total		73	100%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Pada tabel 4.4, dapat kita lihat bahwa Pendidikan responden Tingkat SMA/K lebih besar dengan persentase 78% dibandingkan S1 dengan persentase 22%.

Statistik Deskriptif

Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi keuangan (X1)	73	1	5	4,49	,731
Persepsi Kemudahan (X2)	73	1	5	4,35	,591
Persepsi kegunaan (X3)	73	1	5	4,05	,291
Minat penggunaan (Y)	73	1	5	4,60	,841
Valid N (listwise)	73				

Sumber : Data primer diolah, 2025

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut temuan Uji Validitas mengindikasikan jika semua item pernyataan masing-masing variabel baik variabel bebas meliputi literasi keuangan, persepsi kemudahan serta persepsi kegunaan, serta variabel terikat ialah minat penggunaan, bersifat valid seluruh indeks skor r hitung di atas r tabel secara skor r tabel sejumlah 0,227. Total keseluruhan pernyataan sebanyak 16, dengan pembagian untuk variabel literasi keuangan 4 pernyataan, persepsi kemudahan 4 pernyataan, persepsi kegunaan 4 pernyataan dan variabel minat penggunaan terdiri dari 4 pernyataan.

b. Uji Reliabilitas

Variabel independen yaitu iterasi keuangan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dinyatakan reliabel sebab mempunyai skor Cronbach Alpha lebih dari atau $>$ sebesar 0,60. Sehingga transparansi, literasi keuangan syariah serta religiusitas atas minat sebagai nasabah di bank syariah dapat dinyatakan reliabel.

c. Uji Normalitas

Berlandaskan temuan uji normalitas yang ditunjukkan pada tabel 4.8, bisa ditinjau kalau nilai *Asym. Sig. (2-tailed)* adalah senilai 0,225. Temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil di atas 0,05 yang dalam model regresi ini bisa disimpulkan berdistribusi normal.

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Temuan uji multikolinearitas tidak terjadi multikolinearitas. Ini disebabkan oleh fakta bahwa hasilnya berasal dari variabel tersebut. Literasi Keuangan (X1) 0,547 dan VIF 1,792. Persepsi Kemudahan (X2) 0,427 dan VIF 2,323, Persepsi Kegunaan (X3) 0,951 dan VIF 1,043. Dengan nilai toleransi untuk setiap variabel > 0,10 serta VIF < 10, sehingga mendapatkan Kesimpulan jika tidak adanya masalah multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Berlandaskan temuan pengujian heteroskedastisitas dalam tabel 4.13, dapat ditinjau kalau nilai signifikansi variabel X_1 senilai 0,380, skor signifikansi variabel X_2 senilai 0,263, skor signifikansi variabel persepsi kegunaan (X_3) senilai 0,321. Berdasarkan nilai signifikansi dari 5 variabel tersebut, bisa dinyatakan jika model regresi ini tidak ada heteroskedastisitas.

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,945	1,267		,746	,458
	X1	,021	,034	,027	,673	,002
	X2	,020	,046	,016	,385	,001
	X3	,315	,017	,575	18,661	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer diolah, 2025

Persamaan Regresi:

$$Y = 0,945 + 0,021X_1 + 0,020X_2 + 0,315X_3 + e$$

Pengujian Hipotesis

a. Uji Simultan (F)

Menurut temuan uji Anova dalam tabel 4.12, dipahami skor F hitung 243,971 serta nilai signifikansi senilai 0,000. Nilai signifikansi tersebut < 0,05, untuk itu bisa diambil simpulan kalau variabel X1, X2, X3 layak pada minat penggunaan.

b. Uji Determinasi (R^2)

Menurut tabel 4.13, ditinjau kalau skor dari Adjusted R Square senilai 0.908, aspek demikian dapat mengindikasikan jika variabel literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan bisa mempengaruhi atas minat penggunaan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini sebesar 90%, sementara selebihnya sejumlah 10% diterangkan oleh variabel lain pada selain variabel dalam studi ini.

c. Uji t (Uji Secara Parsial)

Temuan uji t memperlihatkan kalau semua variabel (Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan serta Persepsi Kegunaan) memiliki dampak signifikan pada minat menjadi nasabah bank syariah.

Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh Literasi keuangan Terhadap Minat penggunaan.

Temuan studi mengindikasikan jika variabel "literasi keuangan" berdampak positif serta signifikan atas "minat penggunaan" dibuktikan dengan pengujian secara hipotesis dan kelayakan model. Dari temuan studi ini mengindikasikan jika literasi keuangan berdampak atas minat penggunaan bisa diterima. Artinya semakin besar Taraf literasi keuangan makin meningkat pula minat pengguna *lending* syaria'h.

b. Pengaruh Persepsi kemudahan Pada Minat penggunaan

Hasil penelitian memperlihatkan kalau variabel "persepsi kemudahan" memiliki dampak

positif juga signifikan atas “minat penggunaan” dibuktikan dengan pengujian secara hipotesis dan kelayakan model. Hal itu menunjukkan kalau persepsi kemudahan memiliki pengaruh atas minat penggunaan bisa diterima. Berlandaskan temuan penelitian persepsi kemudahan tidak terlepas dari minat penggunaan. Artinya kemudahan sangat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *fintech syariah*.

- c. Pengaruh Persepsi kegunaan Pada Minat penggunaan
Temuan studi memperlihatkan kalau variabel “persepsi kegunaan” memiliki dampak positif juga signifikan pada “minat penggunaan” dibuktikan atas pengujian secara hipotesis dan kelayakan model. Hal itu menunjukkan kalau persepsi kegunaan mempunyai dampak atas minat penggunaan bisa diterima. Berlandaskan temuan penelitian persepsi kegunaan tidak terlepas dari minat penggunaan.

SIMPULAN

Dari hasil pengujian maka bisa diambil simpulan antara lain:

1. Literasi keuangan mempunyai pengaruh positif pada minat menggunakan *fintech lending syariah* pada UMKM di Kota Malang.
2. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech lending syariah* pada UMKM di Kota Malang.
3. Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech lending syariah* pada UMKM di Kota Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, M., & Ngatindriatun. (2022). Indonesian Halal Msme Open Innovation With Islamic Fintech Adoption. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 19(2), 221–243. <https://doi.org/10.21002/jaki.2022.11>
- Asri, H. R., Setyarini, E., & Gisijanto, H. A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Peer To Lending. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(03), 01–09. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i03.99>
- CNBC Indonesia. (2020). Strategi Digitalisasi Sektor UMKM Ala Kota MI
- Granita, I. (2020). Financial Technology di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi*, 2(1), 2.
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2011). Financial Literacy Among the Young: Evidence and Implications for Consumer Policy. *SSRN Electronic Journal*, August. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1459141>
- Muthi'ah, F., & Indrarini, R. (2023). Pengaruh Literasi, Kegunaan, dan Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompot Digital Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 179–173. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.4050>
- Nopy, E., & Noersanti. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Niat Beli Ulang. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(6), 694–700. <https://doi.org/10.58344/jii.v1i6.90>
- Rumbinianingrum, W., & Wijayangka, C. (2018). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (ALMANA)*, 2(3), 155–163.
- Rusydiana, A. S. (2019). Bagaimana Mengembangkan Industri Fintech Syariah di Indonesia? Pendekatan Interpretive Structural Model (ISM). *Al-Muzara'ah*, 6(2), 117–128. <https://doi.org/10.29244/jam.6.2.117-128>
- Winanda, Z. K. M. M. (2024). PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINTECH PEER TO PEER LENDING SYARIAH (STUDI KASUS PADA UMKM KOTA BANDA ACEH). *Ayan*, 15(1), 37–48