

The Influence of Ease Of Use, Perception of Risk, Lifestyle and Religiosity on Purchase Decisions Using Link Aja Sharia

By Hilmi Delphino Arrighi

Abstract

It is recorded that e-wallet use in Indonesia is the highest percentage among other ASEAN countries, namely 74%. There is a problem that occurs, namely that users of sharia-based e-wallets such as Link Aja Syariah are still relatively small compared to conventional e-wallets such as Gopay, Dana, Ovo, Shopee Pay and so on. This is inversely proportional to the statement that Indonesia is a country with a Muslim population. most in the world. The aim of this research is to determine the influence of convenience, risk perception, lifestyle and religiosity on purchasing decisions in e-commerce using Link Aja Syariah. The population in this study is the Muslim community of DKI Jakarta. Sampling used a non-propability sampling technique with purposive sampling. This research used 120 respondents who had criteria such as being Muslim, having an address in DKI Jakarta and having shopped at least once at Link Aja Syariah using the Link Aja Syariah payment method. Data collection uses a questionnaire in the form of a form distributed via social media and WA groups. This research uses quantitative methods with partial least squares techniques using the SmartPls application. The results of the hypothesis test are that convenience influences purchasing decisions, perceived risk does not influence purchasing decisions, lifestyle does not influence purchasing decisions and religiosity influences purchasing decisions.

Keywords: *ease of use, lifestyle, perceived risk, purchasing decision, religiosity*

Pengaruh Kemudahan, Persepsi Risiko, Gaya Hidup dan Religiositas terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Link Aja Syariah di *E-Commerce* pada Generasi Milenial

Oleh Hilmi Delphino Arrighi

Abstrak

Tercatat penggunaan *e-wallet* di Indonesia merupakan persentase tertinggi di antara negara – negara Asean yang lain yaitu sebanyak 74%. Terdapat masalah yang terjadi yaitu pengguna *e-wallet* berbasis syariah seperti Link Aja Syariah yang masih tergolong kecil jika dibandingkan dengan *e-wallet* konvensional seperti Gopay, Dana, Ovo, Shopee Pay dan sebagainya hal ini berbanding terbalik dengan pernyataan bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kemudahan, persepsi risiko, gaya hidup dan religiositas terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* menggunakan Link Aja Syariah. Populasi pada penelitian ini merupakan masyarakat muslim DKI Jakarta. Pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 120 orang yang memiliki kriteria seperti masyarakat muslim, beralamat di DKI Jakarta dan pernah berbelanja minimal 1kali di Link Aja Syariah menggunakan metode pembayaran Link Aja Syariah. pengumpulan datanya menggunakan kuesioner berbentuk *gform* yang disebar melalui sosia media dan grup WA. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *partial least square* dengan menggunakan aplikasi SmartPls. Hasil dari uji hipotesis yaitu kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan religiositas berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: gaya hidup, kemudahan, keputusan pembelian, persepsi risiko, religiositas