



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *TRUST*, DAN  
PENGETAHUAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN  
LAYANAN *FINTECH* SYARIAH**

**SKRIPSI**

**WARSIATUN 2110111061**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2024**



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *TRUST*, DAN  
PENGETAHUAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN  
LAYANAN *FINTECH* SYARIAH**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**WARSIATUN 2110111061**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2024**

# PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Warsiatun  
Nim : 2110111061

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 6 Januari 2025

Yang menyatakan,



Warsiatun

# PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Warsiatun  
NIM : 2110111061  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen Program Sarjana  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

### **“Pengaruh *Brand Image, Trust, dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Fintech Syariah*”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 6 Januari 2025

Yang menyatakan materai



(Warsiatun)

# LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *TRUST*, DAN  
PENGETAHUAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN  
LAYANAN *FINTECH* SYARIAH

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

WARSIATUN 2110111061


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 23 Desember 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

  
Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si  
Ketua Penguji

  
Dra. Pusporini, MM  
Penguji I

  
Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM  
Penguji II

  
Dr. Jubaedah, S.E., M.M  
Dekan

  
Siti Hidayati, S.E., M.M  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 23 Desember 2024

***INFLUENCE OF BRAND IMAGE, TRUST, AND  
KNOWLEDGE OF USE INTERESTS  
SHARIA FINTECH SERVICES***

**By Warsiatun**

***Abstract***

*This research aims to find out, analyze and prove whether there is a partial influence of brand image, trust and knowledge on interest in using sharia Fintech services. The sample in this research was 125 respondents who were active in DKI Jakarta. This research is quantitative research with primary data. The sample collection technique uses a non-probability sampling method, namely the purposive sampling method. Data collection uses Google forms and data analysis techniques use descriptive and inferential analysis. Data processing was carried out using the SmartPLS 4.0 software test tool and the resulting independent variables, namely brand image, trust and knowledge, had a significant influence on interest in using sharia Fintech services. Brand image has a significant effect on intention to use, which reflects the importance of consumer perceptions of the service brand image. The trust variable also has a significant effect, reflecting that the level of consumer trust in the security, reliability and integrity of the service greatly determines interest in use. Consumer knowledge also makes a significant contribution, showing that consumer understanding of the features, benefits and sharia principles applied in this service influences a person's interest in using it.*

***Keywords:*** *Brand Image, Trust, Knowledge, Interest in Use, Sharia Fintech.*

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *TRUST*, DAN  
PENGETAHUAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN  
LAYANAN *FINTECH* SYARIAH**

**Oleh Warsiatun**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, serta membuktikan apakah terdapat pengaruh *brand image*, *trust*, dan pengetahuan terhadap minat penggunaan layanan *Fintech* syariah secara parsial. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang beraktivitas di DKI Jakarta sebanyak 125 responden. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data primer. Teknik pengumpulan sampel dengan metode *non probability sampling* yaitu metode *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan *google form* dan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan inferensial. Pengolahan data dilakukan menggunakan alat uji *software* SmartPLS 4.0 dan dihasilkan masing-masing variabel independen, yaitu *brand image*, *trust*, dan pengetahuan, memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan *Fintech* syariah. *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan yang mencerminkan pentingnya persepsi konsumen terhadap citra merek layanan. Variabel *trust* juga berpengaruh signifikan yang mencerminkan bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap keamanan, keandalan, dan integritas layanan sangat menentukan minat penggunaan. Pengetahuan konsumen juga turut memberikan kontribusi yang signifikan yang menunjukkan bahwa pemahaman konsumen terhadap fitur, manfaat, dan prinsip syariah yang diterapkan dalam layanan ini memengaruhi minat seseorang untuk menggunakannya.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kepercayaan, Pengetahuan, Minat Penggunaan, *Fintech* Syariah.

# BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Senin , tanggal 23 Desember 2024, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : Warsiatun

No.Pokok Mahasiswa : 2110111061

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Pengaruh Brand Image, Trust, dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Fintech Syariah**  
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus \**)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih S. Mangabarani, SE, M.Si	Ketua	1. ....
2	Dra. Pusporini, MM	Anggota I	2. ....
3	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Anggota II **)	3. ....

#### Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 23 Desember 2024  
Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.



## PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Brand Image, Trust, dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Fintech Syariah***” dengan tepat waktu dalam rangka memenuhi tugas akhir untuk mencapai gelar sarjana pada Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam memberikan dukungan, diantaranya:

1. Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memberikan izin untuk melakukan penulisan penelitian.
2. Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen
3. Siti Hidayati, SE., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana yang telah memberikan arahan dan dukungan.
4. Dr. Maria Assumpta Wikantari. SS.MBA.CWM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, nasihat, serta masukan kepada penulis dalam Menyusun proposal penelitian.
5. Lina Aryani, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan serta masukan yang bermanfaat kepada penulis.
6. Kedua orang tua, adik, dan keluarga besar penulis yang memberikan semangat serta dukungan
7. Sahabat dan teman terdekat penulis yang telah menjadi pendengar dan pendorong semangat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan proposal skripsi ini memiliki banyak kekurangan sehingga penulis berharap dapat menerima kritik dan saran yang membangun sebagai bahan perbaikan penulisan selanjutnya. Penulis berharap semoga penelitian ini mampu bermanfaat baik bagi para pembaca maupun penulis.

Jakarta, 17 September 2024

Warsiatun

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<i>Abstract</i> .....	v
<b>Abstrak .....</b>	<b>vi</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.1 Pemasaran .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.2 Perilaku Konsumen .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.3 <i>Financial Services</i> (Layanan Keuangan) .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.4 <i>Fintech Syariah</i> .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1.5 <i>Digital Marketing</i> .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1.6 <i>Behavioral Intention</i> (Niat Berperilaku).....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.7 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.8 Minat Penggunaan.....</b>	<b>14</b>
<b>2.1.9 <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1.10 <i>Trust</i> (Kepercayaan) .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.11 Pengetahuan .....</b>	<b>18</b>

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	19
2.3 Kerangka Pemikiran .....	24
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	27
3.1.1 Definisi Operasional .....	27
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	28
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel .....	28
3.2.1 Populasi .....	28
3.2.2 Sampel .....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3.1 Jenis Data .....	30
3.3.2 Sumber Data .....	30
3.3.3 Pengumpulan Data .....	30
3.4 Teknik Analisis Data .....	32
3.4.1 Teknik Analisis Statistik Deskriptif .....	32
3.4.2 Teknik Analisis Inferensial.....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	43
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	46
4.2.1 Deskripsi Data Responden .....	46
4.2.2 Analisis Data Deskriptif .....	51
4.3 Analisis Data Inferensial .....	57
4.3.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	57
4.3.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	62
4.4 Uji Hipotesis dan Analisis .....	64
4.5 Pembahasan .....	66
4.5.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Penggunaan .....	66
4.5.2 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Minat Penggunaan.....	68
4.5.3 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Penggunaan .....	69
<b>BAB V .....</b>	<b>72</b>

<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>72</b>
<b>5.1 Simpulan.....</b>	<b>72</b>
<b>5.2 Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>73</b>
<b>5.3 Saran .....</b>	<b>73</b>

## DAFTAR TABEL

Table 1. Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait dengan Minat Penggunaan.....	19
Table 2. Pengukuran Variabel.....	28
Table 3. Skala Likert .....	31
Table 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	31
Table 5. Interpretasi Nilai Indeks Responden .....	33
Table 6. Nilai Reliabilitas.....	40
Table 7. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel.....	52
Table 8. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap .....	53
Table 9. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap .....	54
Table 10. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap .....	56
Table 11. Nilai Outer Loading.....	58
Table 12. Cross Loading .....	59
Table 13. Average Variance Extracted (AVE) .....	60
Table 14. Composite Reliability.....	61
Table 15. Cronbach's Alpha .....	62
Table 16. R-Square.....	63
Table 17. Q-Square.....	64
Table 18. Uji Bootstrapping .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Penggunaan E-Wallet di Indonesia Tahun 2023 .....	2
Gambar 2. Grafik 10 Negara Teratas Berdasarkan Indeks GIFT .....	3
Gambar 3. Review Negatif Pengguna LinkAja Syariah .....	4
Gambar 4. Review Negatif Pengguna LinkAja Syariah .....	5
Gambar 5. Indeks Literasi Keuangan Syariah di Indonesia .....	6
Gambar 6. Model Penelitian Empiris Menggunakan Data Primer .....	24
Gambar 7. Langkah-Langkah Analisis PLS .....	34
Gambar 8. Inner Model .....	35
Gambar 9. Outer Model .....	36
Gambar 10. Konstruksi Diagram Jalur Penelitian .....	36
Gambar 11. Logo LinkAja Syariah .....	43
Gambar 12. Produk LinkAja Syariah .....	44
Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	47
Gambar 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Gambar 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
Gambar 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Gambar 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	51
Gambar 18. Hasil Uji Outer Model .....	57
Gambar 19. Inner Model .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu.....	81
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 3. Data Kuesioner 125 Responden .....	88
Lampiran 4. Deskripsi Data Responden.....	98
Lampiran 5. Analisis Data Deskriptif.....	100
Lampiran 6. Output Outer Model SmartPLS 4.0 .....	102
Lampiran 7. Output Inner Model SmartPLS 4.0.....	103
Lampiran 8. Output Analisis Data SmartPLS 4.0 .....	104
Lampiran 9. T-tabel .....	107