

Influence of Decision Factors for Using LinkAja Sharia Services in the Time of Covid-19 with Effectiveness as a Moderating Variable

By Ananda Annisa Putri

Abstract

The LinkAja Syariah service is one of the sharia digital payments fintechs in Indonesia and its features can support activities during the pandemic. However, the use of LinkAja Syariah is still not popular because Islamic economic literacy is still low. Therefore, it is necessary to investigate the factors that cause the decision to use these services. The purpose of this study is to explain the effect of promotion, convenience, and service features and there is a moderation of effectiveness on decisions to use LinkAja Syariah services. The approach used in this research is quantitative based on primary data. The sample is 200 users of LinkAja Syariah services in Jabodetabek using purposive sampling method. The data analysis technique used with SmartPLS is path analysis and data collection is obtained by questionnaire. The results of this study are the promotion of a negative and significant influence, the ease of a positive and significant influence, and service features a positive and significant influence on the decision to use. Moderation of effectiveness weakens the relationship between promotions and service features with usage decisions, and effectiveness can strengthen the relationship between convenience and use decisions. This research is expected to provide input to LinkAja Syariah services for product service development.

Keywords: *effectiveness, service features, ease, linkaja syariah services, pandemic, promotions*

Pengaruh Faktor Keputusan Penggunaan Layanan LinkAja Syariah di Masa Covid-19 dengan Efektivitas sebagai Variabel Moderasi

Oleh Ananda Annisa Putri

Abstrak

Layanan LinkAja Syariah merupakan salah satu fintech *digital payment* syariah di Indonesia dan fiturnya dapat menunjang aktivitas pada masa pandemi. Namun, penggunaan LinkAja Syariah masih belum digemari dikarenakan literasi ekonomi syariah masih rendah. Oleh sebab itu, perlu diteliti terkait faktor-faktor yang menyebabkan keputusan penggunaan layanan tersebut. Tujuan dalam penelitian ini berguna menjelaskan pengaruh promosi, kemudahan, dan fitur layanan serta terdapat moderasi efektivitas terhadap keputusan penggunaan layanan LinkAja Syariah. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif berbasis data primer. Sampel berjumlah 200 pengguna layanan LinkAja Syariah di Jabodetabek dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dengan SmartPLS analisis jalur dan pengambilan data diperoleh dengan kuesioner. Hasil penelitian ini yaitu promosi pengaruh negatif dan signifikan, kemudahan pengaruh positif dan signifikan, dan fitur layanan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Moderasi efektivitas memperlemah hubungan antara promosi dan fitur layanan dengan keputusan penggunaan, serta efektivitas dapat memperkuat hubungan antara kemudahan dengan keputusan penggunaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada layanan LinkAja Syariah untuk pengembangan layanan produk.

Kata Kunci: efektivitas, fitur layanan, kemudahan, layanan linkaja syariah, pandemi, promosi