ANALISIS DAMPAK PERSEPSI KEAMANAN DAN PRIVASI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA *FINTECH* SYARIAH DI KALANGAN GENERASI Z BANDA ACEH

Skripsi

Diajukan Oleh:

RAUZATUL JANNAH
NPM 2205190012

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
1448 H /2026 M

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	:	ANALISIS DAMPAK PERSEPSI KEAMANAN DAN PRIVASI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA *FINTECH* SYARIAH DI KALANGAN GENERASI Z BANDA ACEH
Nama	:	RAUZATUL JANNAH
NPM	:	2205190012
Program Studi	:	PERBANKAN SYARIAH

Banda Aceh, 08 Agustus 2026

Disetujui Oleh:

Tim Pembimbing

Pembimbing Pertama,	Pembimbing Kedua,
Susi Wardani, S.H.I., M.Ag.	**Harisna Rais S. H.I., M.E.I**
NIDN.1322038801	**NIDN.1315069001**

PERSETUJUAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH SKRIPSI

Judul Skripsi :

ANALISIS DAMPAK PERSEPSI KEAMANAN DAN PRIVASI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA *FINTECH* SYARIAH DI KALANGAN GENERASI Z BANDA ACEH

Nama : RAUZATUL JANNAH

NPM : 2205190012

Program Studi : PERBANKAN SYARIAH

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Munaqasyah Skripsi
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Acah
Dinyatakan Lulus dan Diterima sebagai Tugas Akhir
Penyelesaian Program Sarjana (S1)

Pada Hari/Tanggal :

Senin, 08 Agustus 2026 M
24 Safar 1448 H

di
Banda Aceh

Tim Penguji,

1. Susi Wardani, S.H.I., M.Ag. ketua ( )
   NIDN. 1322038801
2. Harisna Rais S. H.I., M.E.I. Sekretaris ( )
   NIDN. 1315069001
3. Puji Aryani, S.E., M.Sc., Ph.D. Penguji I ( )
   NIDN.1313036901
4. Hemma Marlenny, S.E., M.Si., Ak., CA. Penguji II ( )
   NIDN. 1307087501

Mengetahui,
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Aceh

Dr. Rosnidarwati, S.Ag., M.A.
NIDN. 1314077801

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Analisis Dampak Persepsi Keamanan Dan Privasi Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah Di Kalangan Generasi Z Banda Aceh"** ini sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Banda Aceh, 08 Agustus 2026
Yang membuat pernyataan,



RAUZATUL JANNAH
NPM. 2205160012

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **"Analisis Dampak Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Kalangan Generasi Z Banda Aceh."** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Agama Islam, penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi strategis bagi penyedia layanan *fintech* syariah dan regulator untuk memperbaiki sistem keamanan, meningkatkan transparansi privasi, serta mengembangkan layanan yang lebih memenuhi kebutuhan pengguna.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa terdapat berbagai tantangan dan keterbatasan yang dihadapi, baik dari segi waktu, kemampuan akademik, maupun keterbatasan dalam memperoleh data penelitian. Proses penelitian yang memerlukan ketelitian, kesabaran, serta konsistensi sering kali menjadi tantangan tersendiri bagi penulis. Namun demikian, berkat bimbingan, arahan, motivasi, serta dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis dapat melalui setiap tahapan penyusunan skripsi ini dengan baik hingga akhirnya dapat diselesaikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Oleh karena itu, pada kesempatan yang berbahagia ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya serta penghargaan yang setinggi-tingginya:

1. **Dr. Rosnidarwati, S.Ag., M.A.** selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. **Susi Wardani, S.H.I., M.Ag**. selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. **Susi Wardani, S.H.I., M.Ag**. selaku pembimbing I dan **Harisna Rais S. H.I., M.E.I.** selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, pemikiran, saran-saran, dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. **Cut Fitriani, S.E., M.Pd** selaku Penasehat Akademik yang senantiasa membimbing dan memberikan arahan dan selalu memberikan semangat agar penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Ucapan terima kasih ini saya persembahkan dengan penuh rasa hormat dan cinta kepada kedua orang tua saya tercinta, Bapak Juffriadi dan Ibu Ramadhan. Terima kasih atas segala doa yang tiada henti, kasih sayang yang tulus, dukungan, serta pengorbanan yang begitu besar dalam setiap langkah kehidupan saya. Terima kasih telah selalu percaya kepada saya, memberikan semangat ketika saya merasa lelah dan ragu, serta menjadi sumber kekuatan bagi saya untuk terus berjuang hingga menyelesaikan skripsi ini. Setiap nasihat, perhatian, dan dukungan yang diberikan menjadi penyemangat bagi saya dalam menjalani setiap proses pendidikan. Terima kasih juga kepada adik-adik saya tercinta yang selalu memberikan semangat, perhatian, dan keceriaan dalam setiap proses yang saya lalui. Tidak lupa, terima kasih kepada keluarga besar Ismail dan Siti Caya atas doa, dukungan, dan perhatian yang telah diberikan selama perjalanan pendidikan saya. Semoga segala kebaikan dan pengorbanan yang telah diberikan

kepada saya dibalas dengan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, dan rezeki yang berlimpah oleh Tuhan Yang Maha Esa.

6. Penulis mengucapkan terima kasih kepada sahabat – sahabat dan rekan-rekan seangkatan atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian menjadi salah satu motivasi bagi penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Banda Aceh, 08 Agustus 2026
Penulis

Rauzatul Jannah

NPM: 2205190012

ABSTRAK

Rauzatul Jannah (2026). Analisis Dampak Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Kalangan Generasi Z Banda Aceh.

Fintech syariah hadir sebagai inovasi layanan keuangan digital yang memberikan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi dengan tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Dalam penggunaannya, keamanan dan privasi menjadi aspek penting karena berkaitan dengan perlindungan data pribadi dan transaksi keuangan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi keamanan dan persepsi privasi terhadap tingkat kepuasan pengguna fintech syariah di kalangan Generasi Z Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian merupakan pengguna fintech syariah dari kalangan Generasi Z di Banda Aceh, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,273, nilai t hitung sebesar 4,597, dan signifikansi 0,000 < 0,05. Persepsi privasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,435, nilai t hitung sebesar 5,451, dan signifikansi 0,000 < 0,05. Persepsi privasi memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan persepsi keamanan. Secara simultan, persepsi keamanan dan persepsi privasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna, dengan nilai F hitung sebesar 107,650 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Nilai R^2 sebesar 0,689 menunjukkan bahwa 68,9% variasi tingkat kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh persepsi keamanan dan persepsi privasi, sedangkan 31,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, semakin baik persepsi keamanan dan privasi yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna fintech syariah di kalangan Generasi Z Banda Aceh.

Kata Kunci: Persepsi Keamanan, Persepsi Privasi, Kepuasan Pengguna, *Fintech* Syariah, Generasi Z Banda Aceh.

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBARAN PENGESAHAN ii
LEMBARAN PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI iii
PERNYATAAN iv
KATA PENGANTAR v
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7
E. Definisi Operasional 10
BAB II KAJIAN PUSTAKA 12
A. *Fintech* Syariah 12
1. Pengertian *Financial Technology* (*Fintech*) Syariah 12
2. Prinsip dan Karakteristik *Fintech* Syariah 13
3. Peran *Fintech* Syariah dalam Sistem Keuangan Islam 14
4. Landasan Hukum *Fintech* Syariah Berdasarkan Al – Qur'an, Hadist, DSN-MUI dan OJK 16
B. Persepsi Keamanan (*Security Perception*) 20
1. Pengertian Persepsi Keamanan dalam Konteks Islam 20
2. Pengertian Persepsi Keamanan Secara Umum dalam Konteks Digital 22
3. Dimensi Persepsi Keamanan 24
4. Relevansi Keamanan dalam Layanan Keuangan Berbasis Teknologi .. 27
5. Indikator Persepsi Keamanan 28
C. Persepsi Privasi (*Privacy Perception*) 30
1. Pengertian Persepsi Privasi dalam Konteks Islam 30
2. Pengertian dan Pentingnya Privasi Data Pengguna 32

3. Aspek-Aspek Privasi dalam Sistem Digital 33
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Privasi 35
5. Hubungan Privasi dengan Loyalitas dan Kepuasan Pengguna 37
6. Indikator Persepsi Privasi 39
D. Tingkat Kepuasaan Pengguna *Fintech* Syariah (*Costumer Satisfaction*).. 40
1. Definisi dan Teori Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah..... 40
2. Model Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah 41
3. Indikator Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah 43
4. Tingkat Kepuasan Pengguna dalam Konteks Layanan Berbasis Teknologi Keuangan Syariah 44
E. Generasi Z sebagai Pengguna *Fintech* Syariah 46
1. Karakteristik Generasi Z 46
2. Pola Penggunaan *Fintech* Syariah oleh Generasi Z 47
3. Preferensi dan Perilaku Digital Keuangan Generasi Z di Banda Aceh. 49
4. Faktor – faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah pada Generasi Z 50
F. Penelitian yang Relevan 54
G. Kerangka Penelitian 60
H. Hipotesis Penelitian 61
BAB III METODE PENELITIAN 63
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 63
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 63
C. Populasi dan Sampel 64
1. Populasi 64
2. Sampel 65
D. Jenis dan Sumber Data 66
E. Teknik Pengumpulan Data 67
F. Instrument Penelitian 67
G. Definisi Operasional Variabel 69
H. Uji Instrumen Penelitian 71
a. Uji Validitas 71
b. Uji Reliabilitas 71
I. Teknik Analisis Data 71

1. Analisis Deskriptif 71
2. Uji Asumsi Klasik 72
3. Analisis Regresi Linear Berganda 75
4. Uji Parsial (Uji t) 76
5. Uji Simultan (Uji F) 77
6. Koefisien Determinasi (R^2) 77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 79
A. Gambaran Umum Objek Penelitian 79
1. *Fintech* Syariah di Banda Aceh 79
2. Karakteristik Generasi Z sebagai Pengguna *Fintech* Syariah 82
B. Gambaran Umum Responden 83
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia 83
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 84
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan 85
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *Fintech* Syariah 86
C. Analisis Data 88
1. Analisis Deskriptif 88
2. Uji Validitas dan Reliabilitas 92
3. Uji Asumsi Klasik 97
4. Uji Hipotesis 104
D. Pembahasan 108
1. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh 109
2. Pengaruh Persepsi Privasi terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh 110
3. Pengaruh Persepsi Keamanan dan Persepsi Privasi terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh 112
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 115
A. Simpulan 115
B. Saran 116
DAFTAR PUSTAKA 117
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

2.1 Penelitian yang Relevan 51
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel 64
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 87
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 88
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 89
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan 89
4.5 Nilai Min dan Stardar Deviasi Setiap Pernyataan Persepsi Keamanan 88
4.6 Nilai Min dan Stardar Deviasi Setiap Pernyataan Persepsi Keamanan 90
4.7 Nilai Min dan Stardar Deviasi Setiap Pernyataan Persepsi Keamanan 91
4.8 Uji Validitas Variabel X 94
4.9 Uji Validitas Variabel Y 95
4.10 Uji Reliabilitas Instrumen 97
4.11 Hasil Uji Multikolinearitasi 102
4.12 Tabel *Coefficients* 104
4.13 Uji t (Uji Parsial) 104
4.14 Uji F (Simultan) 105
4.15 Koefisien Determinasi (R^2) 106

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.2 Kerangka Berfikir.....55
3.1 Skala Likert.....62
4.3 Uji Normalitas Grafik Histogram 98
4.4 Uji Normalitas P-P Plot 100
4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas *Scatterplot* 101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. *Output* SPSS

Lampiran 4. R tabel, T tabel, F tabel

Lampiran 5. SK Pembimbing Skripsi

Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Financial technology (*fintech*) merupakan inovasi dalam sektor keuangan yang mengintegrasikan teknologi digital dengan berbagai layanan keuangan untuk meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan kemudahan akses bagi masyarakat. *Fintech* memungkinkan transaksi dilakukan secara praktis tanpa batasan waktu dan lokasi serta memperluas jangkauan layanan keuangan kepada masyarakat yang sebelumnya belum tersentuh lembaga keuangan formal, termasuk masyarakat di daerah terpencil. Perkembangan tersebut juga mendorong perubahan perilaku masyarakat yang semakin terbiasa menggunakan layanan keuangan berbasis digital. Dalam konteks Indonesia, *fintech* tidak hanya menjadi inovasi teknologi, tetapi juga bagian dari modernisasi layanan keuangan yang mendukung inklusi keuangan dan efisiensi sistem ekonomi nasional (OJK, 2023).

Perkembangan *fintech* syariah di Indonesia menunjukkan peningkatan seiring dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. *Fintech* syariah memadukan teknologi modern dengan nilai keuangan syariah yang menekankan keadilan, transparansi, serta bebas dari riba. Berbagai *platform* seperti BYOND by BSI, M-Syariah, ACTION MOBILE, BALE by BSN, Paytren, dan LinkAja Syariah menawarkan berbagai layanan keuangan, seperti pembayaran, pembiayaan, dan transaksi lainnya yang disesuaikan dengan prinsip syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap penggunaan layanan keuangan yang halal dan beretika turut mendukung

perkembangan sektor ini. Dengan demikian, *fintech* syariah memiliki peluang penting dalam memperluas inklusi keuangan syariah di Indonesia (OJK, 2022).

Generasi muda, khususnya Generasi Z, merupakan salah satu kelompok yang aktif menggunakan layanan digital, termasuk *fintech* syariah. Kemampuan beradaptasi dengan teknologi, tingginya aktivitas digital, dan kecenderungan menggunakan layanan berbasis aplikasi menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang potensial dalam perkembangan *fintech*. Kondisi tersebut juga terlihat di Banda Aceh, di mana Generasi Z memanfaatkan layanan keuangan digital untuk berbagai kebutuhan, seperti pembayaran, transfer, belanja *online*, pembayaran kebutuhan sehari-hari, dan langganan digital. Kemudahan penggunaan, kecepatan layanan, serta kesesuaian dengan nilai-nilai syariah menjadi beberapa pertimbangan dalam menggunakan *fintech* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki peran penting dalam perkembangan ekosistem *fintech* syariah di Banda Aceh (Fauziah, 2023).

Namun, meningkatnya penggunaan *fintech* syariah belum sepenuhnya diikuti oleh meningkatnya kepuasan pengguna. Salah satu persoalan yang menjadi perhatian adalah keamanan dan privasi karena layanan keuangan digital berkaitan dengan data pribadi serta transaksi keuangan yang bersifat sensitif. Kekhawatiran tersebut semakin muncul dengan adanya berbagai kasus gangguan layanan, dugaan kebocoran data Bank Syariah Indonesia (BSI) pada tahun 2023, penyalahgunaan data pada *platform fintech lending*, serta meningkatnya penipuan digital dan peretasan akun dompet digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keamanan dan perlindungan data menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi

kepercayaan dan kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan keuangan digital (Hidayat & Mulia, 2022).

Berdasarkan penelitian terdahulu, kepuasan pengguna *fintech* dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan, manfaat yang dirasakan, serta kepercayaan terhadap penyedia layanan. Semakin baik kualitas layanan dan semakin tinggi kepercayaan pengguna, maka kepuasan cenderung meningkat. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus membahas peran persepsi keamanan dan privasi terhadap kepuasan pengguna *fintech* syariah masih relatif terbatas. Padahal, keamanan dan privasi merupakan bagian penting dalam membangun rasa percaya pengguna terhadap layanan keuangan digital. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ruang penelitian untuk mengkaji lebih lanjut hubungan antara persepsi keamanan, persepsi privasi, dan kepuasan pengguna (Wicaksono, 2023).

Selain keterbatasan kajian mengenai keamanan dan privasi, penelitian *fintech* syariah juga masih banyak dilakukan pada wilayah dengan cakupan yang luas, seperti Pulau Jawa atau tingkat nasional. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengambil konteks Aceh masih relatif terbatas. Aceh memiliki karakter sosial dan religius yang kuat serta penerapan nilai-nilai syariah dalam kehidupan masyarakat. Perbedaan karakteristik budaya, regulasi daerah, dan penerimaan masyarakat terhadap teknologi dapat memengaruhi perilaku pengguna *fintech* syariah. Oleh karena itu, penelitian yang berfokus pada Generasi Z di Banda Aceh penting dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih spesifik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna *fintech* syariah (Irwansyah, 2021).

Menurut penggunaan layanan *fintech* syariah, keamanan menjadi salah satu aspek yang sangat penting. Pengguna membutuhkan jaminan bahwa data pribadi dan transaksi keuangan mereka terlindungi dari berbagai ancaman digital, seperti peretasan, *phishing*, pencurian identitas, dan bentuk kejahatan siber lainnya. Generasi Z yang aktif menggunakan layanan digital cenderung mempertimbangkan kemampuan *platform* dalam menjaga keamanan sebelum merasa nyaman menggunakan layanan tersebut. Apabila sistem keamanan dianggap tidak mampu memberikan perlindungan yang memadai, pengguna dapat mengurangi aktivitas atau bahkan berhenti menggunakan layanan. Oleh karena itu, keamanan yang baik dapat membantu membangun rasa percaya dan meningkatkan kenyamanan pengguna (Rahman, 2021).

Selain keamanan, privasi juga menjadi bagian penting dalam pengalaman pengguna *fintech* syariah. Privasi tidak hanya berkaitan dengan kerahasiaan data, tetapi juga bagaimana informasi pribadi dikumpulkan, disimpan, digunakan, dan diberikan kepada pihak lain. Pengguna akan merasa lebih aman apabila penyedia layanan memiliki kebijakan privasi yang jelas dan transparan serta memberikan perlindungan terhadap data pribadi. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap penyalahgunaan data membuat aspek privasi semakin diperhatikan dalam penggunaan layanan digital. Dengan adanya pengelolaan data yang baik dan transparan, pengguna dapat memiliki persepsi yang lebih positif terhadap layanan yang digunakan sehingga berpotensi meningkatkan kepuasan mereka (Mahendra, 2020).

Perhatian terhadap keamanan dan privasi semakin penting karena ancaman digital terus berkembang. Kejahatan seperti *malware*, *ransomware*, dan *social engineering* dapat mengancam keamanan data maupun transaksi pengguna. Dalam konteks Aceh yang menjunjung nilai kehati-hatian dan amanah, penyedia *fintech* syariah tidak hanya dituntut memiliki sistem keamanan yang kuat, tetapi juga mampu menjaga kepercayaan pengguna. Dari perspektif Islam, prinsip amanah merupakan salah satu landasan dalam aktivitas *muamalah*, termasuk dalam layanan keuangan digital. Perlindungan data pengguna, transparansi akad, serta pengawasan syariah menjadi bagian dari upaya menjaga amanah tersebut. Integrasi antara keamanan teknologi dan nilai-nilai syariah diharapkan dapat memberikan rasa aman sekaligus meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna (Aziz, 2021; Huda, 2020).

Kepercayaan pengguna terhadap *fintech* syariah juga terbentuk dari pengalaman dalam menggunakan layanan, transparansi informasi, dan kemampuan penyedia layanan menjaga keamanan data. Sebaliknya, pengalaman seperti kebocoran data atau transaksi yang tidak sah dapat menurunkan kepercayaan dan memengaruhi penilaian pengguna terhadap layanan secara keseluruhan. Oleh sebab itu, penyedia *fintech* syariah perlu menjaga keamanan, meningkatkan edukasi kepada pengguna, serta memberikan layanan yang konsisten agar kepercayaan dan kepuasan pengguna tetap terjaga (Suryana, 2021).

Berdasarkan kondisi tersebut, penggunaan *fintech* syariah di kalangan Generasi Z Banda Aceh masih menghadapi persoalan terkait keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi. Meskipun layanan tersebut menawarkan kemudahan

dan kesesuaian dengan prinsip syariah, sebagian pengguna masih memiliki kekhawatiran terhadap kemungkinan kebocoran data, penipuan digital, dan penggunaan data pribadi. Selain itu, belum semua pengguna memahami kebijakan privasi yang diterapkan oleh penyedia layanan. Kondisi ini menunjukkan pentingnya mengetahui sejauh mana persepsi keamanan dan privasi dapat memengaruhi kepuasan pengguna *fintech* syariah, khususnya pada Generasi Z yang aktif menggunakan layanan digital (Fadilah, 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak persepsi keamanan dan persepsi privasi terhadap tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah di kalangan Generasi Z Banda Aceh. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian mengenai *fintech* syariah, keamanan dan privasi digital, serta kepuasan pengguna. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi penyedia layanan dan regulator dalam meningkatkan sistem keamanan, transparansi pengelolaan data, serta kualitas layanan agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna dan prinsip syariah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut yaitu:

1. Apakah persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah di kalangan generasi Z Banda Aceh?
2. Apakah persepsi privasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah di kalangan generasi Z Banda Aceh?

3. Apakah persepsi keamanan dan persepsi privasi berpengaruh secara simultan terhadap tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah di kalangan generasi Z Banda Aceh?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat dibuat tujuan penelitian sebagai berikut yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah di kalangan generasi Z Banda Aceh!
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi privasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah di kalangan generasi Z Banda Aceh!
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan dan persepsi privasi secara simultan terhadap tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah di kalangan generasi Z Banda Aceh!

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen, teknologi keuangan, dan perilaku konsumen. Hasil penelitian dapat memperkaya literatur mengenai hubungan antara persepsi keamanan, privasi, dan tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperluas pemahaman teoretis tentang bagaimana Generasi Z, sebagai kelompok digital native, menilai

keamanan dan privasi dalam penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penyedia Layanan *Fintech* Syariah

Temuan penelitian ini dapat memberikan kontribusi berharga bagi perusahaan *fintech* syariah dalam menyusun strategi peningkatan kualitas layanan. Dengan memahami peran persepsi keamanan dan privasi terhadap tingkat kepuasan pengguna, penyedia layanan dapat lebih menitikberatkan pada penguatan sistem perlindungan data, keterbukaan kebijakan privasi, serta optimalisasi keamanan transaksi. Upaya tersebut pada akhirnya akan memperkuat kepercayaan dan mendorong loyalitas pengguna, khususnya Generasi Z yang cenderung selektif dalam menentukan pilihan layanan digital.

b. Bagi Generasi Z sebagai Pengguna *Fintech* Syariah

Temuan penelitian ini dapat memberikan kontribusi berharga bagi perusahaan *fintech* syariah dalam menyusun strategi peningkatan kualitas layanan. Dengan memahami peran persepsi keamanan dan privasi terhadap tingkat kepuasan pengguna, penyedia layanan dapat lebih menitikberatkan pada penguatan sistem perlindungan data, keterbukaan kebijakan privasi, serta optimalisasi keamanan transaksi. Upaya tersebut pada akhirnya akan memperkuat kepercayaan dan mendorong loyalitas pengguna, khususnya Generasi Z yang cenderung selektif dalam menentukan pilihan layanan digital.

c. Bagi Regulator dan Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi lembaga pengawas dan regulator, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia, maupun Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI), dalam merumuskan kebijakan serta regulasi yang lebih menyeluruh terkait perlindungan konsumen pada layanan *fintech* syariah. Dengan memahami faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, regulator memiliki dasar untuk menetapkan standar keamanan dan privasi yang lebih ketat, sekaligus memastikan adanya perlindungan hukum yang layak bagi masyarakat, terutama generasi muda.

d. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi dalam mengembangkan kajian mengenai *fintech* syariah, khususnya yang berkaitan dengan persepsi keamanan, persepsi privasi, dan tingkat kepuasan pengguna. Selain memperkaya literatur di bidang perbankan dan keuangan syariah, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan bahan pembelajaran, diskusi, serta pengembangan penelitian yang relevan dengan perkembangan teknologi keuangan syariah.

e. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa. Penelitian berikutnya dapat mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain, seperti kepercayaan, literasi digital, kualitas layanan, atau loyalitas pengguna. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada objek, wilayah, atau kelompok responden yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih luas dan komprehensif.

E. Definisi Operasional

1. *Fintech* Syariah

Fintech syariah adalah layanan keuangan berbasis teknologi digital yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam. Dalam penelitian ini, *fintech* syariah yang dimaksud adalah aplikasi layanan keuangan syariah yang digunakan oleh responden di Banda Aceh, baik untuk transaksi, pembiayaan, maupun investasi.

2. Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan adalah penilaian pengguna mengenai kemampuan *fintech* syariah dalam melindungi data pribadi dan transaksi keuangan dari berbagai risiko keamanan digital. Persepsi ini mencerminkan tingkat keyakinan pengguna terhadap sistem keamanan yang diterapkan. Semakin tinggi persepsi keamanan, semakin besar rasa aman dan kepercayaan pengguna terhadap layanan *fintech* syariah.

3. Persepsi Privasi

Persepsi privasi adalah pandangan pengguna terhadap kemampuan *fintech* syariah dalam menjaga kerahasiaan dan penggunaan data pribadi sesuai dengan persetujuan yang diberikan. Persepsi ini menunjukkan tingkat kepercayaan pengguna terhadap pengelolaan informasi pribadi oleh penyedia layanan. Semakin baik perlindungan privasi, semakin tinggi kenyamanan pengguna dalam menggunakan *fintech* syariah.

4. Tingkat Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna adalah tingkat perasaan senang atau puas yang dirasakan setelah menggunakan layanan *fintech* syariah. Kepuasan muncul ketika layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan pengguna. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat mendorong pengguna untuk terus menggunakan dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

5. Generasi Z Banda Aceh

Generasi Z adalah kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan tumbuh di era perkembangan teknologi digital. Generasi ini dikenal memiliki tingkat literasi teknologi yang tinggi serta aktif menggunakan layanan digital. Dalam penelitian ini, Generasi Z yang dimaksud adalah masyarakat Banda Aceh dalam rentang usia tersebut yang menggunakan *fintech* syariah.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. *Fintech* Syariah

1. Pengertian *Financial Technology* (*Fintech*) Syariah

Istilah *financial technology* atau yang lebih dikenal dengan *fintech*, berasal dari gabungan dua kata, yaitu *finance* yang berarti keuangan, dan *technology* yang berarti teknologi. Secara umum, *fintech* didefinisikan sebagai bentuk inovasi dalam layanan keuangan yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital untuk mendukung berbagai aktivitas ekonomi, seperti pembayaran nontunai, pinjaman daring (*online lending*), investasi digital, hingga layanan transaksi keuangan lainnya (Bank Indonesia, 2023). Kehadiran *fintech* membawa revolusi besar dalam sistem keuangan modern karena mampu menghadirkan efisiensi, kecepatan, serta kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses layanan keuangan tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Financial technology atau *fintech* merupakan inovasi dalam sektor keuangan yang mengintegrasikan teknologi digital dengan sistem keuangan untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi. *Fintech* menghadirkan layanan keuangan yang cepat, efisien, serta mampu menjangkau masyarakat luas, bahkan yang sebelumnya belum tersentuh lembaga keuangan formal. Kemunculan *fintech* menjadi salah satu faktor utama pendorong inklusi keuangan dan transformasi digital di Indonesia (OJK, 2023).

Perkembangan *fintech* telah menciptakan ekosistem ekonomi baru yang berbasis digital, di mana pengguna dapat mengakses layanan keuangan seperti

pembayaran elektronik, pinjaman daring, dan investasi secara *real time*. Transformasi ini menandai pergeseran besar dari sistem keuangan tradisional menuju sistem yang serba otomatis dan berbasis data. *Fintech* juga mendorong literasi keuangan digital di kalangan generasi muda, sehingga mereka lebih adaptif terhadap inovasi keuangan modern (Bank Indonesia, 2022).

Fintech syariah merupakan layanan keuangan berbasis teknologi yang dikembangkan sebagai alternatif sistem keuangan konvensional dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah Islam. Layanan keuangan ini menghindari unsur riba (bunga), *gharar* (ketidakjelasan), dan *maisir* (spekulasi), serta berorientasi pada nilai keadilan dan kemaslahatan sosial. Tujuannya bukan hanya efisiensi ekonomi, tetapi juga pencapaian keberkahan (*barakah*) dan keseimbangan antara keuntungan duniawi dan nilai-nilai ukhrawi (Rahman & Karim, 2021).

Dengan demikian, *fintech* syariah tidak hanya berperan sebagai inovasi teknologi, melainkan sebagai instrumen dakwah ekonomi modern. Integrasi antara nilai Islam dan kemajuan digital menjadikan *fintech* syariah sebagai sarana membangun sistem keuangan yang adil, transparan, dan berorientasi pada kesejahteraan umat. Melalui pendekatan ini, ekonomi digital dapat berkembang sejalan dengan prinsip moral dan spiritual Islam (Ascarya, 2021).

2. Prinsip dan Karakteristik *Fintech* Syariah

Fintech syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang mengatur *muamalah* dalam islam. Setiap transaksi harus bebas dari riba, *gharar*, dan maisir, serta dilakukan dengan akad yang jelas antara para pihak. Prinsip ini menjamin keadilan dan kejujuran dalam setiap aktivitas keuangan, sehingga tidak

ada pihak yang dirugikan. Dalam konteks digital, kejelasan akad tetap harus terjaga melalui kontrak elektronik yang sah menurut syariah (Rizal & Setiawan, 2022).

Salah satu ciri utama *fintech* syariah adalah penerapan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*) yang menekankan keadilan antara pengguna dan penyedia layanan. Pendekatan ini berbeda dari sistem bunga karena setiap pihak menanggung risiko dan memperoleh keuntungan sesuai kontribusinya. Nilai-nilai seperti amanah, kejujuran (*shidq*), dan tanggung jawab menjadi fondasi dalam setiap mekanisme transaksi keuangan syariah (Rahayu & Lubis, 2023). Islam menegaskan pentingnya menjauhi praktik riba dalam segala bentuknya.

Allah SWT menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba karena riba mengandung unsur ketidakadilan, sedangkan jual beli didasarkan pada prinsip kerelaan dan manfaat yang nyata. Dalam konteks *fintech* syariah, larangan ini menjadi dasar untuk menghindari praktik bunga atau keuntungan tetap yang tidak disertai risiko usaha. Oleh karena itu, sistem *fintech* syariah menggantinya dengan akad-akad halal seperti *murabahah*, *mudharabah*, atau *musyarakah* yang menekankan keadilan dan keseimbangan antara keuntungan dan risiko. Prinsip ini memastikan bahwa setiap transaksi digital tetap sesuai dengan nilai-nilai syariah dan menghindarkan pelaku ekonomi dari praktik riba yang dilarang dalam Islam.

3. Peran *Fintech* Syariah dalam Sistem Keuangan Islam

Fintech syariah memiliki peran penting dalam memperkuat sistem keuangan Islam melalui inovasi dan inklusi keuangan digital. Melalui *platform* berbasis teknologi, *fintech* syariah memperluas akses layanan keuangan halal bagi masyarakat, terutama bagi mereka yang belum memiliki akses terhadap lembaga

keuangan konvensional. Hal ini sejalan dengan tujuan *maqashid al-syariah* dalam menjaga harta (*hifz al-mal*) dan mewujudkan kesejahteraan umat (OJK, 2023).

Selain memperluas akses keuangan, *fintech* syariah juga berperan dalam menciptakan sistem keuangan yang adil dan transparan. Teknologi digital memungkinkan masyarakat memantau transaksi dengan mudah, sehingga mengurangi potensi kecurangan.

Allah SWT memerintahkan umat Islam untuk berbuat adil dan berbuat baik kepada siapa pun, termasuk dalam urusan ekonomi dan *muamalah*. Prinsip keadilan tersebut menjadi dasar moral dalam sistem keuangan islam, di mana setiap transaksi harus dilakukan secara transparan, jujur, dan tidak merugikan pihak lain. Dengan menegakkan keadilan sebagaimana diperintahkan dalam ayat ini, *fintech* syariah dapat menjadi instrumen yang tidak hanya efisien secara ekonomi tetapi juga membawa nilai kemaslahatan dan keberkahan.

Fintech syariah juga mendukung pengembangan produk-produk keuangan islam seperti *peer-to-peer lending*, *crowdfunding*, dan investasi halal yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat luas. Dengan inovasi tersebut, *fintech* syariah mampu menjadi moto penggerak ekonomi halal dan memperkuat daya saing keuangan Islam di era global (Nurdin & Hidayah, 2021).

Selain fungsi ekonomi, *fintech* syariah juga memiliki misi sosial dengan memfasilitasi kegiatan filantropi islam seperti zakat, infak, dan wakaf digital. Melalui transparansi teknologi, dana sosial dapat disalurkan dengan efisien dan akuntabel. Hal ini menjadikan *fintech* syariah bukan sekadar instrumen keuangan,

tetapi juga alat pemberdayaan umat dan dakwah ekonomi modern yang berlandaskan nilai keadilan dan kesejahteraan (Hidayat & Rahmawati, 2022).

4. Landasan Hukum *Fintech* Syariah Berdasarkan Al – Qur'an, Hadist, DSN-MUI dan OJK

Landasan hukum dalam pelaksanaan *fintech* syariah tidak terlepas dari prinsip-prinsip yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, serta regulasi yang ditetapkan oleh otoritas terkait seperti DSN-MUI dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dalam Al-Qur'an, Allah SWT secara tegas melarang praktik riba sebagaimana yang tercantum dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 :

اَلَّذِيْنَ يَأْكُلُوْنَ الرِّبٰوا لَا يَقُوْمُوْنَ اِلَّا كَمَا يَقُوْمُ الَّذِيْ يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطٰنُ مِنَ الْمَسِّۗ ذٰلِكَ بِاَنَّهُمْ قَالُوْٓا اِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبٰواۘ وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰواۗ فَمَنْ جَاۤءَهٗ مَوْعِظَةٌ مِّنْ رَّبِّهٖ فَانْتَهٰى فَلَهٗ مَا سَلَفَۗ وَاَمْرُهٗٓ اِلَى اللّٰهِۗ وَمَنْ عَادَ فَاُولٰۤىِٕكَ اَصْحٰبُ النَّارِۚ هُمْ فِيْهَا خٰلِدُوْنَ(البقرة: ٢٧٥)

Artinya : Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya. (QS. *Al-Baqarah* :275).

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Ayat ini menjadi dasar utama dalam pengembangan layanan keuangan syariah, termasuk *fintech*, agar seluruh transaksi yang dilakukan terhindar dari unsur riba dan digantikan dengan akad yang sesuai syariah seperti murabahah, ijarah, atau musyarakah. Dengan demikian, *fintech* syariah harus memastikan

bahwa seluruh mekanisme operasionalnya tidak mengandung praktik yang bertentangan dengan prinsip Islam.

Selain itu, prinsip keadilan dan kebaikan dalam *muamalah* juga dijelaskan dalam QS. *Al-Mumtahanah* ayat 8:

لَا يَنْهٰىكُمُ اللّٰهُ عَنِ الَّذِيْنَ لَمْ يُقَاتِلُوْكُمْ فِى الدِّيْنِ وَلَمْ يُخْرِجُوْكُمْ مِّنْ دِيَارِكُمْ اَنْ تَبَرُّوْهُمْ وَتُقْسِطُوْٓا اِلَيْهِمْۗ اِنَّ اللّٰهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِيْنَ(الممتحنة: ٨)

Artinya : Allah tidak melarang kamu berbuat baik dan berlaku adil terhadap orang-orang yang tidak memerangimu dalam urusan agama dan tidak mengusir kamu dari kampung halamanmu. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berlaku adil. (QS. *Al-Mumtahanah* :8).

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah tidak melarang umat-Nya untuk berbuat baik dan berlaku adil terhadap sesama manusia selama tidak berkaitan dengan permusuhan dalam agama. Ayat ini memberikan landasan bahwa setiap aktivitas ekonomi, termasuk layanan *fintech*, harus dilakukan secara adil, transparan, dan tidak merugikan pihak mana pun.

Selain Al-Qur'an, hadis Nabi Muhammad SAW juga menjadi dasar penting dalam pelaksanaan aktivitas keuangan syariah. Rasulullah SAW menegaskan bahwa kejujuran dan sikap amanah merupakan prinsip utama dalam setiap transaksi. Hal ini tercermin dalam hadis riwayat Muslim yang menyebutkan bahwa pedagang yang jujur dan dapat dipercaya akan mendapatkan kedudukan mulia bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada. Hadis tersebut memberikan penegasan bahwa setiap kegiatan ekonomi, termasuk dalam layanan *fintech* syariah, harus dijalankan secara jujur, bertanggung jawab, serta terbebas dari unsur kecurangan atau penipuan. (HR. Muslim).

Terkait penerapannya di Indonesia, prinsip-prinsip syariah tersebut diperkuat melalui fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), salah satunya Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018 mengenai layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi. Fatwa ini menegaskan bahwa seluruh aktivitas dalam *fintech* syariah wajib memenuhi prinsip keadilan, keterbukaan, serta bebas dari praktik riba, *gharar*, dan maysir. Ketentuan tersebut menjadi acuan utama bagi penyelenggara *fintech* syariah agar operasional yang dijalankan tetap sejalan dengan prinsip hukum Islam. (DSN-MUI, 2018).

Di sisi lain, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memiliki peran penting dalam menyediakan kerangka hukum formal yang mengatur penyelenggaraan layanan keuangan digital. Melalui berbagai regulasi yang ditetapkan, OJK menekankan pentingnya perlindungan terhadap konsumen, keamanan data pengguna, serta transparansi dalam setiap transaksi. Regulasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas *fintech*, termasuk yang berbasis syariah, dapat berjalan secara tertib, aman, dan memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat. Dengan adanya pengawasan tersebut, tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan *fintech* syariah juga semakin meningkat. (OJK, 2022).

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa landasan hukum *fintech* syariah bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis sebagai dasar utama, yang kemudian diperkuat oleh fatwa DSN-MUI serta regulasi dari OJK. Perpaduan antara prinsip syariah dan aturan formal ini menjadikan *fintech* syariah memiliki dasar yang kuat, baik dari

sisi agama maupun hukum positif, sehingga mampu memberikan jaminan keamanan, keadilan, serta kepastian bagi para penggunanya

Perkembangan *fintech* syariah di indonesia didukung oleh berbagai regulasi dan fatwa agar tetap sesuai dengan prinsip syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bertanggung jawab mengawasi penyelenggaraan *fintech* melalui peraturan POJK No. 10/POJK.05/2022 tentang Layanan Pendanaan Berbasis Teknologi Informasi. Regulasi ini menekankan perlindungan konsumen, keamanan data, serta kewajiban transparansi operasional (OJK, 2023).

Sementara dari aspek hukum Islam, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) telah mengeluarkan Fatwa No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang *Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah*. Fatwa ini menegaskan bahwa setiap transaksi dalam *fintech* syariah harus menggunakan akad-akad sah seperti murabahah, mudharabah, musyarakah, atau ijarah, serta tidak boleh mengandung unsur riba, *gharar*, dan maisir (DSN-MUI, 2018).

Selain DSN-MUI, setiap lembaga *fintech* syariah wajib memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) internal yang bertugas memastikan kepatuhan terhadap fatwa dan prinsip islam. DPS melakukan pengawasan berkala agar inovasi teknologi tidak melanggar ketentuan hukum syariah, baik dalam produk, promosi, maupun mekanisme transaksi (Rahayu & Lubis, 2023). Dengan adanya sinergi antara regulasi OJK dan fatwa DSN-MUI, sistem *fintech* syariah di Indonesia dapat berkembang secara berkelanjutan dan terpercaya. Kerangka hukum ini tidak hanya melindungi konsumen dari risiko digital, tetapi juga menjamin keberlangsungan

praktik ekonomi Islam di era modern. Regulasi tersebut menjadi bukti bahwa inovasi teknologi dapat berjalan sejalan dengan nilai-nilai syariah (Ascarya, 2021; Fauzi et al., 2023).

B. Persepsi Keamanan (*Security Perception*)

1. Pengertian Persepsi Keamanan dalam Konteks Islam

Persepsi keamanan dalam pandangan Islam tidak semata-mata berfokus pada aspek perlindungan teknis, tetapi juga mencerminkan penerapan nilai amanah, kejujuran, serta tanggung jawab moral dalam menjaga harta dan informasi. Dalam kerangka *maqāṣid al-syarī'ah*, keamanan termasuk dalam prinsip *hifz al-māl* (perlindungan harta) yang menekankan bahwa setiap aktivitas pengelolaan keuangan harus terhindar dari praktik penipuan dan penyalahgunaan.

Huda (2020) menyatakan bahwa keamanan dalam sistem keuangan syariah menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan pengguna, karena penilaian terhadap layanan tidak hanya didasarkan pada kecanggihan teknologi, tetapi juga pada kesesuaiannya dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, pada *fintech* syariah, persepsi keamanan tidak hanya ditentukan oleh kekuatan sistem digital, tetapi juga oleh keyakinan pengguna bahwa layanan tersebut telah memenuhi prinsip-prinsip syariah.

Seiring dengan berkembangnya layanan keuangan digital, persepsi keamanan dalam Islam tidak hanya terbatas pada perlindungan harta, tetapi juga mencakup penjagaan data pribadi sebagai bentuk amanah yang wajib dipelihara. Rahman dan Putri (2021) menyatakan bahwa rasa aman pengguna akan muncul apabila penyedia layanan mampu menjaga kerahasiaan data serta menyampaikan

informasi pengelolaan secara transparan. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam yang melarang pengambilan maupun penyalahgunaan hak orang lain, sebagaimana tercantum dalam QS. *Al-Baqarah* ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوْا بِهَآ اِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوْا فَرِيْقًا مِّنْ اَمْوَالِ النَّاسِ بِالْاِثْمِ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ(البقرة: ١٨٨)

Artinya : Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui (QS. *Al-Baqarah* :188).

Ayat di atas tersebut adalah larangan bagi setiap orang untuk memperoleh atau menggunakan harta orang lain dengan cara yang tidak benar (batil), seperti penipuan, kecurangan, manipulasi, maupun penyalahgunaan kekuasaan. Ayat ini juga menegaskan agar tidak memanfaatkan hukum atau pihak berwenang (hakim) untuk melegalkan perbuatan yang salah demi keuntungan pribadi, karena pada hakikatnya perbuatan tersebut tetap termasuk dosa meskipun tampak sah secara formal.

Berdasarkan konteks *fintech* syariah, persepsi keamanan ini menjadi sangat penting karena Generasi Z cenderung lebih peka terhadap isu kebocoran data dan penipuan digital, sehingga tingkat rasa aman yang mereka rasakan akan memengaruhi keputusan dalam menggunakan layanan tersebut. Semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap sistem keamanan yang diterapkan, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menggunakan dan mempertahankan penggunaan layanan *fintech* syariah. Sebaliknya, apabila terdapat keraguan terhadap perlindungan data dan keamanan transaksi, hal tersebut dapat menurunkan minat serta loyalitas pengguna dalam jangka panjang.

Selain itu, persepsi keamanan dalam Islam juga dipengaruhi oleh adanya transparansi akad dan pengawasan syariah yang memastikan bahwa seluruh aktivitas keuangan berjalan sesuai prinsip Islam. Menurut Fauziah (2022), keberadaan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan kejelasan akad dapat meningkatkan persepsi keamanan pengguna karena memberikan jaminan bahwa transaksi dilakukan secara adil dan bebas dari unsur *gharar*. Secara penggunaan *fintech* syariah, hal ini menjadi nilai tambah yang membedakan dengan sistem konvensional. Sehingga persepsi keamanan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencakup dimensi religius yang memperkuat kepercayaan pengguna.

Kaitannya dengan penelitian ini, persepsi keamanan dalam perspektif islam memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pengguna *fintech* syariah, khususnya di kalangan Generasi Z di Banda Aceh. Menurut Fadilah (2023), ketika pengguna merasa bahwa layanan *fintech* tidak hanya aman secara teknologi tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah, maka tingkat kepercayaan dan kepuasan pengguna akan meningkat. Sebaliknya, jika persepsi keamanan rendah, baik dari sisi teknis maupun syariah, maka kepuasan pengguna cenderung menurun. Oleh karena itu, persepsi keamanan menjadi faktor kunci yang perlu dianalisis dalam memahami kepuasan pengguna *fintech* syariah.

2. Pengertian Persepsi Keamanan Secara Umum dalam Konteks Digital

Secara konteks psikologi, persepsi merupakan proses di mana individu menafsirkan dan memberi makna terhadap rangsangan atau informasi yang diterimanya. Persepsi terbentuk melalui pengalaman, harapan, dan kepercayaan yang berkembang dari interaksi seseorang dengan lingkungan. Pada konteks digital,

persepsi mengacu pada cara pandang individu terhadap sistem teknologi dan bagaimana mereka menilai tingkat keamanan serta keandalan suatu layanan digital. Persepsi keamanan (*security perception*) secara khusus merujuk pada keyakinan subjektif pengguna bahwa suatu sistem digital, seperti layanan *financial technology* (*fintech*), memiliki kemampuan untuk melindungi data pribadi, transaksi keuangan, dan aktivitas pengguna dari risiko penyalahgunaan atau serangan siber (Alnasser & Alhussain, 2020).

Di era transformasi digital, persepsi keamanan menjadi faktor psikologis yang menentukan penerimaan teknologi oleh masyarakat. Banyak pengguna memutuskan untuk menggunakan atau menolak suatu layanan bukan karena memahami teknologi yang digunakan, tetapi karena perasaan aman atau tidak aman yang mereka rasakan. Misalnya, seseorang akan lebih percaya menggunakan aplikasi keuangan digital yang menampilkan sertifikasi keamanan, enkripsi data, serta memiliki reputasi baik. Hal ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyebutkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap persepsi kepercayaan (*perceived trust*) dan niat perilaku (*behavioral intention*) dalam penggunaan teknologi (Pavlou, 2017).

Berdasarkan konteks *fintech* syariah, persepsi keamanan tidak hanya dilihat dari sisi teknis, tetapi juga dari aspek nilai moral dan spiritual. Keamanan dianggap sebagai amanah yang harus dijaga, baik oleh penyedia layanan maupun pengguna. Islam menekankan pentingnya tanggung jawab moral dalam setiap aktivitas ekonomi. Allah SWT berfirman dalam QS. *An-Nisa* :58:

اِنَّ اللّٰهَ يَأْمُرُكُمْ اَنْ تُؤَدُّوا الْاَمٰنٰتِ اِلٰٓى اَهْلِهَاۙ وَاِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ اَنْ تَحْكُمُوْا بِالْعَدْلِۗ اِنَّ اللّٰهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهٖۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ سَمِيْعًا بَصِيْرًا (النساء : ٥٨)

Artinya**:** Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat. (QS. *An-Nisa* :58).

Ayat di atas memberikan nilai rujukan bahwa setiap bentuk data, informasi, dan transaksi yang dipercayakan oleh pengguna kepada penyedia layanan merupakan amanah yang wajib dijaga. Dengan demikian, persepsi keamanan dalam *fintech* syariah mencerminkan bukan hanya kualitas sistem, melainkan juga pelaksanaan nilai amanah, kejujuran, dan tanggung jawab yang diatur dalam syariat Islam.

3. Dimensi Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan terdiri atas sejumlah dimensi yang saling berkaitan dan membentuk rasa aman pengguna terhadap layanan keuangan digital. Dimensi pertama adalah keamanan sistem *(system security*), yaitu kemampuan teknologi dalam menjaga data pengguna dari berbagai ancaman eksternal seperti peretasan, pencurian informasi, maupun penyalahgunaan akun. Upaya ini biasanya diwujudkan melalui penerapan enkripsi data, sistem autentikasi berlapis, penggunaan firewall, serta pelaksanaan audit keamanan secara berkala.

Selanjutnya, terdapat dimensi kerahasiaan data (*data confidentiality*) yang menekankan pentingnya perlindungan informasi pribadi agar tidak disebarluaskan, dimanfaatkan, atau diakses oleh pihak yang tidak memiliki otorisasi. Dimensi berikutnya adalah integritas transaksi (*transaction integrity*), yang memastikan

seluruh proses dan nilai transaksi tetap terjaga keasliannya selama berlangsung dan terekam secara transparan tanpa manipulasi. Adapun keandalan sistem (*system reliability*) menggambarkan stabilitas performa *platform* dalam memberikan layanan secara konsisten tanpa gangguan berarti.

Menurut Yusuf dan Fatimah (2023), persepsi terhadap keamanan juga sangat dipengaruhi oleh tingkat keterbukaan informasi dari pihak penyedia layanan. Semakin jelas penyampaian kebijakan perlindungan data, mekanisme pengaduan, dan jaminan hukum yang diberikan, maka semakin besar pula rasa aman yang dirasakan pengguna. Dalam konteks *fintech* syariah, keterbukaan ini sejalan dengan nilai-nilai tabligh (menyampaikan kebenaran) dan amanah, di mana tanggung jawab atas keamanan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga bernilai moral dan spiritual.

Selain itu, literasi digital pengguna turut menentukan bagaimana mereka memaknai keamanan dalam layanan keuangan digital. Generasi muda, khususnya Generasi Z yang tumbuh dalam era teknologi, memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap isu keamanan dan privasi. Mereka cenderung selektif dalam memilih aplikasi, memahami kebijakan penggunaan data, dan memperhatikan perizinan akses informasi pribadi. Oleh karena itu, persepsi keamanan pada kelompok ini tidak semata-mata bergantung pada sistem perlindungan data, tetapi juga pada transparansi dan etika penyedia layanan dalam mengelola informasi pengguna (Hidayah & Fajri, 2023).

4. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Kepercayaan Pengguna

Keamanan merupakan fondasi utama dalam membangun kepercayaan (trust) pengguna terhadap layanan *fintech*. Rasa aman yang dirasakan pengguna menjadi kunci dalam menentukan tingkat kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap suatu *platform*. Ketika pengguna merasa bahwa sistem mampu memberikan perlindungan yang optimal terhadap data pribadi dan transaksi finansial, mereka akan lebih yakin, tenang, serta berkomitmen untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Sebaliknya, apabila sistem dianggap rentan atau tidak memiliki mekanisme keamanan yang memadai, pengguna cenderung ragu dan menolak melanjutkan transaksi, meskipun layanan tersebut menawarkan berbagai kemudahan atau keuntungan. Penelitian Putri dan Hidayat (2022) mengonfirmasi bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan dan kepuasan pengguna *fintech* syariah di Indonesia, sehingga keamanan dapat dikatakan sebagai faktor psikologis yang sangat menentukan keberhasilan sebuah *platform* digital berbasis syariah.

Secara konteks keuangan syariah, aspek keamanan memiliki dimensi yang lebih luas, karena tidak hanya berhubungan dengan perlindungan data dan transaksi, tetapi juga berkaitan dengan nilai-nilai spiritual serta kepatuhan terhadap prinsip hukum islam. Setiap transaksi digital harus dilakukan secara adil, transparan, dan berdasarkan akad yang sah sesuai syariah. Hal ini untuk memastikan bahwa tidak terdapat unsur penipuan (*gharar*), riba, atau manipulasi informasi dalam prosesnya.

Oleh sebab itu, penyedia layanan *fintech* syariah dituntut untuk mengintegrasikan sistem keamanan teknologi dengan prinsip moral Islam yang menekankan kejujuran dan tanggung jawab. Fatwa DSN–MUI No. 117/DSN–MUI/II/2018 menegaskan bahwa setiap penyelenggara pembiayaan berbasis teknologi informasi wajib menjaga kejelasan akad, kejujuran, serta perlindungan terhadap pengguna, sebagai bentuk pelaksanaan amanah dan pencegahan pelanggaran terhadap ketentuan hukum syariah.

Lebih lanjut, persepsi keamanan juga memiliki hubungan erat dengan loyalitas dan kenyamanan emosional pengguna. Menurut temuan Susanto dan Amin (2020), semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan, semakin besar pula terbentuknya kepercayaan emosional (*emotional trust*), yaitu rasa tenang, nyaman, dan yakin dalam melakukan aktivitas digital.

Oleh karena itu, persepsi keamanan bukan hanya berfungsi sebagai faktor rasional yang memengaruhi perilaku pengguna, tetapi juga membentuk ikatan emosional dan spiritual antara pengguna dan penyedia layanan *fintech* syariah. Ketika pengguna merasa aman secara teknis sekaligus spiritual, mereka akan menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi dan mempercayakan transaksi keuangannya pada *platform* tersebut.

5. Relevansi Keamanan dalam Layanan Keuangan Berbasis Teknologi

Keamanan memiliki peran strategis dalam menjamin keberlanjutan dan kredibilitas layanan keuangan digital. Dalam ekosistem *fintech*, kepercayaan publik sangat bergantung pada seberapa kuat sistem mampu melindungi data pengguna dari kebocoran dan penyalahgunaan. Karena itu, Otoritas Jasa Keuangan

(OJK) menerbitkan POJK No. 10/POJK.05/2022 tentang *Layanan Pendanaan Berbasis Teknologi Informasi* yang mewajibkan penyelenggara *fintech* memiliki sistem keamanan informasi, kebijakan perlindungan data, dan prosedur mitigasi risiko yang terstandar. Regulasi ini juga mengatur bahwa setiap penyelenggara *fintech* syariah harus memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam dalam operasionalnya.

Selain regulasi OJK**,** Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) memberikan perlindungan hukum atas hak-hak pengguna, khususnya terkait kerahasiaan data pribadi dan keaslian transaksi digital. Pelanggaran terhadap data pribadi atau penipuan digital dapat dikenakan sanksi hukum. Dalam konteks hukum Islam, keamanan digital juga mencerminkan pelaksanaan prinsip *ḥifẓ al-māl* (menjaga harta), yang merupakan salah satu tujuan utama *maqāṣid al-syarī'ah*. Dengan menjaga keamanan digital, penyedia *fintech* syariah turut berperan dalam menjaga kemaslahatan pengguna dan mencegah kerugian akibat penyalahgunaan informasi finansial.

6. Indikator Persepsi Keamanan

Indikator persepsi keamanan berfungsi sebagai tolak ukur utama untuk menilai sejauh mana pengguna merasa terlindungi, nyaman, dan yakin ketika menggunakan layanan keuangan digital berbasis syariah. Indikator ini menggambarkan aspek-aspek penting yang membentuk persepsi pengguna terhadap keamanan suatu sistem *fintech* syariah, baik dari sisi teknis, hukum, maupun nilai-nilai etika yang diterapkan oleh penyedia layanan. Menurut

Rahmawati dan Lestari (2021), terdapat sejumlah komponen yang menjadi indikator utama dalam membangun persepsi keamanan, antara lain:

a. Keamanan transaksi digital,
b. Perlindungan serta kerahasiaan data pribadi
c. Keandalan sistem teknologi yang digunakan,
d. Kejelasan dan keterbukaan kebijakan privasi,
e. Transparansi dalam penyampaian layanan, serta
f. Tingkat kepercayaan pengguna terhadap kredibilitas penyedia *platform*.

Setiap indikator tersebut saling berkaitan dan berkontribusi dalam membentuk rasa aman yang dirasakan pengguna. Misalnya, aspek keamanan transaksi digital mencerminkan kemampuan sistem untuk mencegah penipuan, peretasan, atau kesalahan dalam proses transaksi. Sementara itu, perlindungan data pribadi berkaitan dengan sejauh mana penyedia layanan menjamin kerahasiaan informasi sensitif milik pengguna agar tidak disalahgunakan oleh pihak lain. Keandalan sistem menggambarkan kestabilan dan konsistensi layanan, yang menumbuhkan keyakinan bahwa *platform* dapat beroperasi dengan baik tanpa gangguan.

Selain itu, kejelasan kebijakan privasi dan transparansi layanan juga memainkan peran penting dalam memperkuat persepsi keamanan. Pengguna cenderung merasa lebih percaya apabila penyedia *fintech* memberikan informasi yang terbuka mengenai cara pengelolaan data, hak-hak pengguna, serta mekanisme penanganan apabila terjadi pelanggaran keamanan. Terakhir, tingkat kepercayaan terhadap penyedia *platform* menjadi hasil akhir dari seluruh indikator tersebut

semakin baik penerapan unsur-unsur keamanan dan etika, semakin tinggi pula kepercayaan pengguna terhadap *fintech* syariah.

C. Persepsi Privasi (*Privacy Perception*)

1. Pengertian Persepsi Privasi dalam Konteks Islam

Persepsi privasi dalam perspektif Islam tidak hanya dimaknai sebagai upaya melindungi data pribadi, tetapi juga sebagai pemahaman bahwa setiap individu memiliki hak atas kerahasiaan informasi yang wajib dihargai oleh orang lain. Konsep ini berkaitan dengan etika dalam menjaga batas-batas interaksi sosial serta tanggung jawab moral untuk tidak mengakses atau memanfaatkan informasi pribadi tanpa persetujuan. Dalam ajaran islam, privasi merupakan bagian dari penghormatan terhadap martabat manusia, sehingga perlindungannya menjadi aspek penting dalam setiap bentuk interaksi, termasuk pada penggunaan layanan keuangan digital. Landasan tersebut kemudian ditegaskan dalam ajaran Islam yang melarang tindakan mencampuri urusan pribadi orang lain tanpa izin, sebagaimana tercermin dalam QS. *Al-Hujurat* ayat 12 :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱجْتَنِبُواْ كَثِيرًا مِّنَ ٱلظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ ٱلظَّنِّ إِثْمٌ ۖ وَلَا تَجَسَّسُواْ وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ (الحجرات: ١٢)

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah banyak prasangka! Sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Janganlah mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Bertakwalah kepada Allah! Sesungguhnya Allah Maha Penerima Tobat lagi Maha Penyayang. (QS. *Al-Hujurat* :12).

Ayat di atas menjelaskan bahwa Islam melarang umatnya untuk berprasangka buruk terhadap orang lain tanpa dasar yang jelas, serta melarang tindakan mencari-cari kesalahan atau aib (*tajassus*) dan membicarakan keburukan orang lain (*ghibah*). Larangan ini menunjukkan bahwa setiap individu memiliki hak atas kehormatan dan privasinya yang harus dijaga dan dihormati oleh orang lain. Dengan demikian, ayat ini menegaskan pentingnya menjaga batasan dalam interaksi sosial agar tidak melanggar hak pribadi seseorang

Berdasarkan konteks ini, persepsi privasi terbentuk dari keyakinan bahwa menjaga kerahasiaan informasi merupakan bagian dari etika dan tanggung jawab moral yang harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam praktiknya, keyakinan tersebut tercermin pada sikap pengguna yang lebih selektif dalam membagikan data pribadi serta cenderung memilih layanan yang memiliki komitmen jelas terhadap perlindungan privasi. Dengan demikian, tingkat kepercayaan terhadap pengelolaan data menjadi faktor penting yang turut memengaruhi keputusan dalam menggunakan layanan *fintech* syariah.

Berdasarkan layanan keuangan digital, konsep tersebut berkembang menjadi evaluasi pengguna terhadap cara penyedia layanan mengelola dan memanfaatkan data pribadi mereka. Penilaian ini tidak hanya berkaitan dengan tingkat keamanan sistem, tetapi juga menyangkut sejauh mana pengguna merasa memiliki kontrol atas informasi pribadinya. Sari dan Nugroho (2020) menyatakan bahwa persepsi privasi akan terbentuk ketika pengguna meyakini bahwa data mereka tidak disalahgunakan di luar tujuan yang disepakati serta dikelola secara terbuka dan transparan oleh penyedia layanan.

2. Pengertian dan Pentingnya Privasi Data Pengguna

Privasi merupakan salah satu hak fundamental manusia yang memberikan kekuasaan penuh kepada individu untuk mengatur dan menentukan bagaimana informasi pribadinya dikumpulkan, disimpan, serta dimanfaatkan. Dalam era digitalisasi yang pesat, privasi menjadi isu yang sangat penting karena hampir seluruh aktivitas kehidupan modern baik sosial, ekonomi, maupun transaksi keuangan telah beralih ke sistem berbasis teknologi informasi. Dengan demikian, pengelolaan data pribadi menjadi aspek yang tidak terpisahkan dari keamanan digital.

Persepsi privasi (*privacy perception*) dapat dipahami sebagai sejauh mana pengguna meyakini bahwa data pribadinya dikelola secara aman, terlindungi dari akses tidak sah, dan tidak disalahgunakan oleh pihak lain (Zhou & Li, 2021). Apabila tingkat kepercayaan pengguna terhadap perlindungan data tinggi, maka rasa aman dan kenyamanan mereka dalam menggunakan layanan digital, termasuk layanan keuangan berbasis teknologi (*fintech*), juga akan meningkat.

Isu perlindungan privasi semakin mendapat perhatian karena maraknya kasus kebocoran data dan penyalahgunaan informasi pribadi di berbagai *platform* digital. Situasi tersebut menimbulkan kekhawatiran publik terhadap keamanan identitas digital dan menuntut penyedia layanan untuk meningkatkan sistem perlindungan data. Secara konteks *fintech* syariah, privasi tidak hanya dipandang dari sudut pandang hukum atau regulasi semata, melainkan juga merupakan bagian dari tanggung jawab moral dan keagamaan. Nilai tersebut menjadi dasar etika dalam praktik keuangan syariah yang menuntut keterbukaan, kejujuran, serta

penghormatan terhadap hak individu. Prinsip moral ini ditegaskan dalam firman Allah SWT pada QS. *An-Nur* 27:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَدْخُلُوْا بُيُوْتًا غَيْرَ بُيُوْتِكُمْ حَتّٰى تَسْتَأْنِسُوْا وَتُسَلِّمُوْا عَلٰٓى اَهْلِهَاۗ ذٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُوْنَ (النور :٢٧)

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah memasuki rumah yang bukan rumahmu sebelum meminta izin dan memberi salam kepada penghuninya. Demikian itu lebih baik bagimu agar kamu mengambil Pelajaran. (QS. *An-Nur* :27).

Ayat di atas menggambarkan pentingnya menghormati batas privasi dan meminta izin sebelum mengakses wilayah pribadi orang lain. Dalam konteks modern, pesan ini dapat diartikan sebagai kewajiban untuk menjaga kerahasiaan dan izin akses terhadap data pribadi pengguna. Dengan demikian, menjaga privasi dalam *fintech* syariah bukan hanya bentuk kepatuhan terhadap hukum positif, tetapi juga implementasi nyata dari nilai-nilai Islam yang menekankan amanah, kejujuran, dan penghormatan terhadap hak individu. Oleh karena itu, menjaga privasi pengguna *fintech* syariah merupakan wujud pelaksanaan amanah dan penghormatan terhadap hak individu. *(Zhou & Li, 2021; Rahman & Ahmad, 2022).*

3. Aspek-Aspek Privasi dalam Sistem Digital

Privasi dalam lingkungan digital memiliki beberapa komponen utama yang saling berkaitan dan secara kolektif memengaruhi cara pengguna menilai keamanan data pribadi mereka. Aspek pertama adalah pengumpulan data (data collection), yaitu proses di mana penyedia layanan memperoleh informasi pengguna secara etis, transparan, dan berdasarkan persetujuan yang jelas. Hal ini mencakup bagaimana data dikumpulkan, jenis data yang diminta, serta tujuan

penggunaannya. Aspek kedua adalah pemanfaatan data (data *usage*), yang berkaitan dengan bagaimana informasi pribadi tersebut digunakan apakah hanya untuk meningkatkan kualitas layanan, keperluan analisis internal, atau bahkan dibagikan kepada pihak ketiga dengan izin pengguna.

Selanjutnya, aspek ketiga adalah pengendalian oleh pengguna (*user control*), yakni sejauh mana individu memiliki hak untuk mengatur, memperbarui, atau menghapus data mereka dari sistem digital. Terakhir, aspek keempat adalah transparansi (*transparency*), yaitu keterbukaan penyedia layanan dalam memberikan informasi mengenai kebijakan privasi, prosedur pengelolaan data, dan mekanisme pengaduan apabila terjadi pelanggaran privasi (Lee & Kim, 2023).

Menurut perspektif syariah Islam, pengelolaan data pengguna tidak hanya menjadi kewajiban hukum, tetapi juga merupakan amanah moral yang harus dijaga dengan penuh tanggung jawab. Prinsip-prinsip seperti amanah (kepercayaan), *ṣidq* (kejujuran), dan *'adl* (keadilan) menjadi pedoman dalam memastikan bahwa data pribadi diperlakukan dengan cara yang etis dan adil. Informasi pengguna dianggap sebagai titipan yang bernilai, serupa dengan harta (*hifẓ al-māl*) yang wajib dijaga sebagaimana ditegaskan dalam *maqāṣid al-syarī'ah*. Dengan demikian, penyalahgunaan data pribadi dapat dipandang sebagai bentuk pelanggaran terhadap hak individu yang diharamkan secara moral maupun hukum.

Prinsip tersebut sejalan dengan Fatwa DSN–MUI No. 117/DSN–MUI/II/2018, yang mewajibkan setiap penyelenggara *fintech* syariah menjaga kerahasiaan data nasabah serta mencegah pemanfaatannya untuk tujuan yang bertentangan dengan akad dan nilai-nilai Islam. Dalam tataran hukum nasional,

perlindungan data pribadi juga diatur secara tegas melalui Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No.10/POJK.05/2022 tentang Layanan Pendanaan Berbasis Teknologi Informasi. Kedua regulasi ini mengatur kewajiban penyedia layanan untuk menerapkan sistem keamanan siber yang ketat, kebijakan transparansi, serta mekanisme pertanggungjawaban atas pelanggaran privasi. Dengan demikian, penerapan prinsip syariah dan kepatuhan terhadap regulasi nasional membentuk fondasi yang kuat dalam menjaga kepercayaan dan rasa aman pengguna *fintech* syariah. (Lee & Kim, 2023; DSN–MUI, 2018; UU PDP, 2022; OJK, 2022).

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Privasi

Persepsi privasi yang dimiliki pengguna terhadap layanan *fintech* syariah terbentuk melalui kombinasi berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri individu (internal) maupun dari lingkungan eksternal. Faktor internal mencakup tingkat literasi digital, pengalaman pribadi dalam menggunakan teknologi, serta nilai-nilai kepercayaan terhadap sistem digital itu sendiri. Individu yang memiliki pengetahuan tinggi mengenai teknologi dan kesadaran terhadap risiko keamanan data umumnya akan lebih selektif dan berhati-hati dalam memberikan izin akses kepada aplikasi digital.

Mereka cenderung memeriksa terlebih dahulu kebijakan privasi, jenis data yang diminta, dan bagaimana data tersebut digunakan oleh penyedia layanan. Sebaliknya, pengguna yang memiliki pemahaman rendah terhadap privasi digital lebih rentan terhadap penyalahgunaan data dan biasanya memiliki tingkat

kepercayaan yang berlebihan terhadap *platform* tanpa memperhatikan risiko yang mungkin muncul (Chen & Zhang, 2021).

Selain faktor internal, faktor eksternal juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi privasi pengguna. Faktor-faktor tersebut antara lain meliputi reputasi dan kredibilitas penyedia layanan, tingkat keamanan sistem, serta keberadaan regulasi hukum yang melindungi data pribadi pengguna. *Fintech* yang dikenal transparan dalam mengelola data dan memiliki rekam jejak keamanan yang baik akan lebih mudah membangun kepercayaan publik. Selain itu, dukungan dari regulasi seperti Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) dan kebijakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjadi dasar bagi pengguna untuk merasa aman. Kejelasan hukum memberi jaminan bahwa setiap penyalahgunaan data dapat dikenakan sanksi, sehingga memperkuat persepsi bahwa sistem digital memiliki perlindungan yang memadai bagi konsumen.

Pengguna muslim cenderung menilai bahwa privasi bukan hanya urusan teknis, tetapi juga bagian dari amanah moral yang harus dijaga. *Platform* yang dijalankan berdasarkan nilai kejujuran (ṣidq), amanah, dan diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) akan menumbuhkan rasa percaya dan persepsi privasi yang lebih positif. Keberadaan DPS memastikan bahwa seluruh aktivitas *fintech* tidak hanya sesuai dengan hukum positif, tetapi juga dengan prinsip-prinsip Islam yang menjunjung tinggi etika, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

Otoritas Jasa Keuangan melalui POJK No. 10/POJK.05/2022 mewajibkan setiap penyelenggara *fintech*, termasuk yang berbasis syariah, untuk menerapkan tata kelola perlindungan konsumen yang mencakup keamanan, kerahasiaan, dan

integritas data pengguna. Dengan adanya pengawasan regulatif tersebut, pengguna memiliki jaminan bahwa hak-hak mereka dilindungi baik secara hukum maupun moral. Maka dari itu, persepsi privasi dalam *fintech* syariah tidak hanya terbentuk dari aspek teknologi semata, tetapi merupakan hasil integrasi antara sistem keamanan digital, etika keislaman, dan kepatuhan terhadap ketentuan hukum nasional. (Chen & Zhang, 2021; OJK, 2022).

5. Hubungan Privasi dengan Loyalitas dan Kepuasan Pengguna

Privasi data memiliki peranan yang sangat signifikan dalam membentuk tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap layanan keuangan digital. Ketika individu merasa bahwa data pribadinya dikelola dengan aman dan penuh tanggung jawab, muncul rasa percaya yang lebih kuat terhadap *platform* tersebut. Kepercayaan ini kemudian berkembang menjadi loyalitas, di mana pengguna tidak hanya merasa puas, tetapi juga berkomitmen untuk terus menggunakan layanan yang dianggap aman dan berintegritas.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Lestari (2021) menegaskan bahwa persepsi positif terhadap privasi memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap tingkat kepuasan serta niat penggunaan ulang (*continuance intention*) dalam konteks *fintech* syariah. Dengan demikian, perlindungan privasi bukan hanya menjadi aspek teknis dari sistem keamanan, tetapi juga menjadi faktor psikologis yang memperkuat hubungan jangka panjang antara pengguna dan penyedia layanan.

Menurut pandangan Islam, menjaga privasi seseorang termasuk dalam adab *muamalah*, yaitu etika dalam berinteraksi sosial dan ekonomi yang menekankan

penghormatan terhadap hak dan kehormatan individu. Melanggar atau mengabaikan privasi orang lain dapat dikategorikan sebagai bentuk pengkhianatan terhadap amanah, sebab informasi pribadi merupakan titipan yang harus dijaga. Prinsip ini menunjukkan bahwa privasi bukan sekadar hak individu, melainkan juga tanggung jawab moral dan spiritual bagi setiap penyedia layanan. Oleh karena itu, menjaga kerahasiaan data pengguna berarti melaksanakan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sebagaimana diajarkan dalam syariat Islam.

Sejalan dengan nilai-nilai tersebut, Fatwa DSN–MUI No. 117/DSN–MUI/II/2018 secara tegas mengatur bahwa dalam setiap transaksi berbasis teknologi informasi, penyelenggara *fintech* syariah wajib melindungi data nasabah dan menjamin bahwa informasi tersebut tidak disalahgunakan untuk kepentingan lain di luar akad yang disepakati. Fatwa ini juga menekankan pentingnya penerapan prinsip *ṣidq* (kejujuran) dan amanah (kepercayaan) dalam pengelolaan data digital. Dengan menjaga integritas dan privasi pengguna, *platform fintech* syariah tidak hanya memenuhi standar keamanan dan kepuasan pelanggan, tetapi juga menciptakan keberkahan dalam aktivitas ekonomi digital yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam.

Dengan demikian, Perlindungan privasi tidak hanya membangun rasa aman dan kepercayaan pengguna, tetapi juga memperkuat legitimasi moral layanan digital di mata masyarakat muslim. Ketika sistem menjaga hak-hak pengguna secara utuh, maka kepercayaan akan tumbuh dan menghasilkan loyalitas yang berkelanjutan dan keberkahan dalam setiap aktivitas ekonomi digital. *(Rahmawati & Lestari, 2021; DSN–MUI, 2018).*

6. Indikator Persepsi Privasi

Indikator persepsi privasi berfungsi sebagai alat ukur untuk mengetahui sejauh mana pengguna memiliki keyakinan terhadap kemampuan suatu *platform* digital dalam melindungi kerahasiaan serta keamanan data pribadi mereka. Indikator ini membantu menggambarkan persepsi pengguna terhadap seberapa besar tanggung jawab dan keandalan penyedia layanan dalam mengelola informasi sensitif secara etis dan transparan. Dengan demikian, indikator persepsi privasi tidak hanya mencerminkan kualitas teknis dari sistem keamanan, tetapi juga tingkat kepercayaan sosial yang dibangun antara pengguna dan penyedia layanan (Hidayah & Fajri, 2023).

Menurut Hidayah dan Fajri (2023), terdapat beberapa elemen penting yang menjadi ukuran dalam menilai persepsi privasi pengguna.

a. Kekhawatiran data pribadi yaitu tingkat kenyamanan pengguna ketika data pribadinya diminta dan diproses oleh *platform*.
b. kontrol pengguna atas data yaitu sejauh mana penyedia layanan menjelaskan tujuan pengumpulan, penyimpanan, dan pemanfaatan data pribadi secara terbuka.
c. Transparansi pengguna data yaitu hak pengguna untuk memperoleh informasi apabila terjadi akses atau penyalahgunaan data pribadi.
d. Kepatuhan terhadap regulasi yaitu kemampuan pengguna dalam mengatur izin akses data serta komitmen penyedia layanan untuk menjaga kerahasiaan informasi dan tidak membagikannya kepada pihak ketiga tanpa persetujuan.

Keseluruhan indikator tersebut menjadi dasar penting dalam menilai seberapa aman dan terpercaya suatu layanan digital, khususnya pada *platform fintech* syariah yang menempatkan nilai amanah dan kejujuran *(ṣidq)* sebagai prinsip utama dalam menjaga hak-hak pengguna.

D. Tingkat Kepuasaan Pengguna *Fintech* Syariah (*Costumer Satisfaction*)

1. Definisi dan Teori Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah

Tingkat kepuasan pengguna pada dasarnya merupakan hasil dari proses penilaian individu ketika mereka membandingkan pengalaman nyata terhadap suatu layanan dengan harapan awal yang telah terbentuk sebelumnya. Jika kinerja layanan terbukti melampaui harapan tersebut, maka pengguna akan merasa puas, sedangkan jika hasil yang diterima tidak mencapai ekspektasi, maka muncul rasa kecewa atau ketidakpuasan.

Pemahaman ini berakar pada *Expectation Disconfirmation Theory*, yang menekankan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh selisih antara apa yang diharapkan dan apa yang benar-benar diterima. Teori ini banyak digunakan dalam kajian perilaku konsumen modern karena mampu menjelaskan dinamika evaluasi pengguna secara objektif. (Oliver, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, 2015).

Berdasarkan layanan digital, tingkat kepuasan pengguna tidak hanya ditentukan oleh manfaat akhir yang diterima, tetapi juga oleh kualitas interaksi selama menggunakan layanan tersebut. Faktor seperti stabilitas sistem, kecepatan respon aplikasi, keamanan perlindungan data pribadi, serta kemudahan navigasi antarmuka menjadi indikator penting yang membentuk persepsi pengguna terhadap

kualitas layanan digital. Semakin baik kualitas teknologi dan semakin mudah layanan digunakan, semakin besar peluang bagi pengguna untuk merasakan pengalaman positif. Perspektif ini terus menjadi fokus dalam literatur layanan digital dan pemasaran modern. (Zeithaml, Bitner & Gremler, *Services Marketing*, 2020; Laudon & Laudon, *Management Information Systems*, 2021).

Penelitian terbaru juga menegaskan bahwa *perceived value* atau nilai yang dirasakan pengguna memiliki kontribusi yang sangat besar dalam meningkatkan tingkat kepuasan. *Perceived value* mencakup sejauh mana pengguna merasa bahwa manfaat yang diperoleh dari layanan digital sebanding atau melebihi pengorbanan yang mereka keluarkan, seperti waktu, biaya, dan risiko keamanan. Ketika pengguna merasakan bahwa layanan digital memberikan nilai tambah yang nyata baik berupa efisiensi, kemudahan, maupun manfaat fungsional maka kepuasan mereka akan meningkat secara signifikan. Temuan ini dikuatkan oleh berbagai studi modern dalam konteks pemasaran dan teknologi keuangan. (Fauzi, Beik & Munandar, *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2022; Kim & Park, *Journal of Interactive Marketing*, 2019).

2. Model Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah

Model kepuasan pengguna dalam layanan digital pada dasarnya dibangun dari beberapa kerangka teori yang menjelaskan bagaimana pengguna menilai kualitas dan pengalaman mereka terhadap suatu layanan. Salah satu model yang sering digunakan adalah *Customer Satisfaction Index*, yang berfungsi mengukur tingkat kepuasan berdasarkan evaluasi pengguna terhadap kinerja layanan secara menyeluruh. Model ini membantu menjelaskan sejauh mana pengalaman digital

memenuhi kebutuhan, ekspektasi, dan persepsi pengguna terhadap manfaat layanan tersebut. Pengukuran ini sangat relevan terutama pada layanan digital yang mengedepankan kecepatan dan kualitas teknis dalam memenuhi kebutuhan transaksi. (Kotler & Keller, *Marketing Management*, 2020).

Selain itu, *Technology Acceptance Model* (TAM) juga menjadi dasar penting dalam memahami kepuasan pengguna. Dalam TAM, keputusan pengguna untuk merasa puas atau tetap menggunakan suatu aplikasi dipengaruhi oleh dua komponen utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Ketika pengguna merasakan bahwa teknologi mudah dipahami, tidak membebani, dan memberikan manfaat nyata, maka hal tersebut akan meningkatkan penerimaan sekaligus kepuasan mereka. Model ini relevan digunakan pada layanan digital modern karena menggambarkan bagaimana teknologi memengaruhi pengalaman pengguna secara langsung. (Davis, *User Acceptance of Information Technology*, 2021).

Sementara itu, *Expectation Confirmation Model* (ECM) menekankan bahwa konfirmasi pengalaman setelah penggunaan menjadi faktor utama dalam pembentukan kepuasan jangka panjang. Artinya, pengguna akan mengevaluasi apakah layanan digital yang mereka gunakan benar-benar bekerja sesuai ekspektasi awal atau bahkan melampauinya. Ketika pengalaman aktual memenuhi harapan tersebut, maka akan tercipta kepuasan yang stabil dan dorongan untuk terus menggunakan layanan yang sama. Model ini banyak dipakai dalam studi mengenai keberlanjutan penggunaan aplikasi digital, terutama pada sektor teknologi

keuangan. (Bhattacherjee, *Understanding Information Systems Continuance*, 2020).

Konteks *fintech* syariah, ketiga model di atas tidak hanya diterapkan secara terpisah, tetapi sering digabungkan dengan elemen penting lain yaitu kepercayaan (*trust*) dan kepatuhan syariah. Pengguna *fintech* syariah cenderung mempertimbangkan tidak hanya aspek teknologi seperti keamanan, kecepatan, dan keandalan aplikasi, tetapi juga menilai apakah layanan tersebut mematuhi prinsip-prinsip syariah. Aspek syariah memberi bobot tambahan terhadap kepuasan, karena pengguna ingin memastikan bahwa transaksi yang mereka lakukan bebas dari unsur riba, *gharar*, dan praktik yang tidak sesuai dengan ketentuan hukum Islam. (OJK, *Laporan Perkembangan Fintech Syariah*, 2022).

Aspek kepatuhan terhadap prinsip syariah diperkuat oleh regulasi dan ketentuan yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN–MUI), terutama terkait standar akad, transparansi informasi, dan keharusan menghindari ketidakjelasan dalam transaksi. Pedoman DSN-MUI ini memberikan jaminan bagi pengguna bahwa layanan *fintech* syariah telah diawasi dan disesuaikan dengan hukum islam, yang pada akhirnya meningkatkan rasa aman dan kepuasan pengguna dalam bertransaksi. (DSN–MUI, *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*, 2021).

3. Indikator Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah

Menurut Susanto dan Amin (2021), kepuasan pengguna *Fintech* Syariah dapat diukur melalui beberapa indikator utama, yaitu:

a. Kemudahan penggunaan aplikasi *(Ease of Use)*. sejauh mana aplikasi mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna.
b. Kecepatan layanan *(Service Efficiency)* waktu yang dibutuhkan dalam menyelesaikan transaksi atau mengakses layanan.
c. Keamanan data pribadi *(Data Security)*. sejauh mana pengguna merasa aman dan yakin terhadap perlindungan data mereka.
d. Kesesuaian prinsip syariah *(Sharia Compliance)*. keyakinan pengguna bahwa transaksi dilakukan sesuai ajaran Islam.
e. Niat untuk menggunakan kembali layanan *(Loyalty Intention)* kesediaan pengguna untuk terus menggunakan dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

4. Tingkat Kepuasan Pengguna dalam Konteks Layanan Berbasis Teknologi Keuangan Syariah

Tingkat kepuasan pengguna pada layanan teknologi keuangan syariah terbentuk melalui perpaduan antara mutu layanan digital dan tingkat kepatuhan *platform* terhadap prinsip-prinsip syariah. Dalam menilai sebuah layanan *fintech* syariah, pengguna tidak hanya memperhatikan aspek teknis seperti kecepatan transaksi, kemudahan navigasi aplikasi, dan keamanan data, tetapi juga menimbang apakah seluruh proses operasional benar-benar bebas dari unsur riba, *gharar*, penipuan, serta praktik yang dapat menimbulkan kerugian. DSN-MUI melalui sejumlah fatwa termasuk Fatwa DSN-MUI No. 117/2018 menegaskan bahwa setiap layanan pembiayaan berbasis teknologi harus dijalankan secara adil, transparan, dan sesuai ketentuan syariah agar tidak menimbulkan ketidakjelasan ataupun

ketidakadilan bagi pengguna. (DSN-MUI, *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*, 2018). (OJK, *Laporan Perkembangan Fintech Syariah*, 2022).

Fondasi etika syariah yang memperkuat tercapainya kepuasan pengguna tercermin dalam firman Allah SWT pada QS. *Al-Muthaffifin* ayat 1–3, yang memberikan peringatan keras terhadap praktik mengurangi hak orang lain. Ayat tersebut berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِيْنَۙ ﴿١﴾ الَّذِيْنَ اِذَا اكْتَالُوْا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُوْنَۖ ﴿٢﴾ وَاِذَا كَالُوْهُمْ اَوْ وَّزَنُوْهُمْ يُخْسِرُوْنَۗ ﴿٣﴾

Artinya: Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang). Mereka adalah orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Sebaliknya,apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi. (QS. *Al-Muthaffifin* :1- 3).

Ayat tersebut menegaskan kewajiban untuk menjaga kejujuran dan keadilan dalam setiap bentuk transaksi, baik yang dilakukan secara tradisional maupun melalui sistem digital modern. Peringatan bagi orang-orang yang mengurangi hak orang lain menunjukkan bahwa Islam sangat menekankan prinsip integritas, transparansi, dan tanggung jawab dalam seluruh aktivitas *muamalah*. Setiap bentuk pengurangan hak, manipulasi informasi, atau ketidakjelasan dalam mekanisme transaksi dapat menimbulkan ketidakadilan, melanggar prinsip syariah, serta merugikan pengguna.

Transparansi dalam pengelolaan dana, ketepatan dalam penyampaian informasi, dan komitmen menjaga kepercayaan pengguna merupakan implementasi nyata dari tuntunan ayat tersebut. Dengan demikian, nilai-nilai moral yang terkandung dalam QS. *Al-Muthaffifin* ayat 1–3 menjadi pedoman penting bagi

pengembangan dan operasionalisasi *fintech* syariah agar mampu mewujudkan sistem keuangan digital yang adil, aman, serta sejalan dengan prinsip-prinsip islam.

E. Generasi Z sebagai Pengguna *Fintech* Syariah

1. Karakteristik Generasi Z

Generasi Z adalah kelompok yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012 dan dikenal sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital sejak usia dini. Mereka digolongkan sebagai *digital native* karena kesehariannya sangat akrab dengan perangkat teknologi, baik untuk mencari informasi, berkomunikasi, hingga melakukan aktivitas finansial. Respons mereka terhadap inovasi juga tergolong cepat sehingga generasi ini lebih mudah menerima dan menggunakan *platform* digital dibanding generasi sebelumnya. (Putri, 2021, *Generasi Digital dalam Perspektif Pendidikan*).

Secara psikologis, Generasi Z memiliki kemampuan melakukan banyak aktivitas secara bersamaan, menyukai proses yang serba cepat, dan menuntut efisiensi dalam setiap layanan digital yang digunakan. Mereka lebih memilih layanan yang bersifat personal, fleksibel, serta memberikan kenyamanan dan keamanan selama penggunaan. Dalam konteks ekonomi digital, kebiasaan tersebut mendorong mereka untuk memanfaatkan layanan *fintech* karena dinilai mampu menyediakan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi. (Lubis, 2022, *Psikologi Generasi Muda*).

Di sisi lain, Generasi Z cenderung memiliki literasi digital yang tinggi, sehingga mampu menilai kualitas, keamanan, serta transparansi sebuah *platform* teknologi. Tingkat pemahaman tersebut menjadikan mereka lebih selektif dalam

menggunakan layanan digital, termasuk layanan *fintech* syariah yang menghadirkan nilai tambah berupa jaminan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam. Sikap kritis dan kehati-hatian ini membuat Generasi Z menjadi pengguna yang memperhatikan aspek teknis sekaligus nilai keagamaannya. (Sari, 2023, *Digital Literacy and Youth Behavior*).

Berdasarkan perspektif Islam, kemampuan generasi muda dalam beradaptasi dan memanfaatkan perkembangan teknologi dipandang positif selama teknologi tersebut digunakan untuk tujuan-tujuan yang memberi manfaat. Hal ini selaras dengan firman Allah SWT dalam QS. *Al-Hujurat* :13.

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ اِنَّا خَلَقْنٰكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَّاُنْثٰى وَجَعَلْنٰكُمْ شُعُوْبًا وَّقَبَاۤىِٕلَ لِتَعَارَفُوْاۚ اِنَّ اَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللّٰهِ اَتْقٰىكُمْۗ اِنَّ اللّٰهَ عَلِيْمٌ خَبِيْرٌ (الحجرات : ١٣)

Artinya: Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Mahateliti.(QS. *Al-Hujurat* :13.).

Ayat ini menjelaskan bahwa manusia diciptakan beragam untuk saling mengenal dan membangun kebaikan, menjadi dasar bahwa setiap potensi dan sarana *including* teknologi selayaknya digunakan untuk tujuan yang membawa maslahat. Karena itu, penggunaan teknologi digital oleh Generasi Z, termasuk pengelolaan keuangan melalui *fintech* syariah, diharapkan dapat memberi manfaat bagi diri mereka sendiri maupun masyarakat.

2. Pola Penggunaan *Fintech* Syariah oleh Generasi Z

Pola penggunaan *fintech* oleh Generasi Z menunjukkan bahwa kelompok ini paling aktif dalam memanfaatkan layanan keuangan digital seperti e-wallet,

mobile banking, peer-to-peer lending, dan *fintech* syariah. Mereka memanfaatkan *fintech* untuk berbagai kebutuhan seperti pembayaran, investasi, dan manajemen keuangan. Kecenderungan ini selaras dengan pola hidup praktis dan serba cepat yang menjadi karakter utama generasi ini. (Rahmawati, 2021, *Fintech Behavior of Youth*). Generasi Z juga menggunakan *fintech* sebagai sarana menghindari penggunaan uang tunai, terutama setelah berkembangnya ekonomi digital pasca pandemi. Keamanan transaksi, kemudahan akses, serta biaya layanan yang rendah menjadi alasan utama mengapa *fintech* menjadi pilihan mereka. (Hakim, 2022, *Digital Finance Era and Youth Preferences*).

Berdasarkan konteks *fintech* syariah, Generasi Z menunjukkan peningkatan minat karena adanya jaminan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Ketentuan DSN-MUI seperti Fatwa DSN-MUI No. 117/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi dan kebijakan OJK terkait perlindungan konsumen memperkuat kepercayaan mereka terhadap produk keuangan berbasis syariah. Generasi Z menilai aspek syariah bukan hanya nilai religius, tetapi juga jaminan transparansi dan keadilan. (DSN-MUI, 2018; OJK, 2021).

Perilaku Generasi Z yang dikenal lebih kritis, rasional, dan selektif dalam menggunakan layanan digital membuat mereka sangat memperhatikan aspek keamanan sebelum memutuskan menggunakan sebuah *platform fintech*. Mereka cenderung mengevaluasi risiko secara lebih matang, terutama karena meningkatnya kasus penipuan digital, pencurian data pribadi, dan penyalahgunaan informasi yang marak terjadi di era teknologi saat ini. Situasi tersebut menjadikan regulasi yang diterbitkan Otoritas Jasa Keuangan, seperti POJK No. 12/POJK.01/2021 tentang

Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, semakin penting bagi generasi ini sebagai acuan dalam menilai kredibilitas dan keamanan suatu layanan. Aturan tersebut memberikan jaminan bahwa penyelenggara *fintech* wajib menerapkan standar perlindungan data, transparansi informasi, serta mekanisme pengamanan transaksi yang memadai. Dengan adanya regulasi ini, Generasi Z merasa lebih percaya bahwa data pribadi, aktivitas keuangan, dan hak-hak mereka sebagai konsumen terlindungi secara hukum sebelum mereka memutuskan menggunakan layanan *fintech* syariah (OJK, 2021).

3. Preferensi dan Perilaku Digital Keuangan Generasi Z di Banda Aceh

Generasi Z di Banda Aceh memperlihatkan kecenderungan kuat untuk menggunakan layanan *fintech*, khususnya yang berbasis syariah, karena dinilai selaras dengan budaya serta nilai religius masyarakat setempat. Kaum muda di wilayah ini cenderung memilih *platform* yang menawarkan akad yang jelas, bebas unsur riba, dan transparan sesuai prinsip syariah. Preferensi tersebut juga dipengaruhi oleh perkembangan ekosistem keuangan syariah di Aceh yang tumbuh lebih pesat dibandingkan banyak daerah lain. (Mahmudi, 2022, Keuangan Syariah di Aceh).

Selain itu, anak muda Banda Aceh umumnya memilih aplikasi yang memiliki tampilan sederhana namun tetap menyediakan fitur penting, seperti pembayaran melalui QRIS, transfer cepat, dompet digital, hingga tabungan berbasis syariah. Mereka juga mengapresiasi *platform* yang menyertakan materi edukasi keuangan karena dinilai membantu dalam mengatur keuangan dengan lebih terarah

dan bertanggung jawab. (Fadhilah, 2023*, Digital Finance Preference Among Youth in* Aceh).

Tingkat kepercayaan Generasi Z terhadap *fintech* syariah semakin menguat berkat dukungan regulasi, baik yang bersifat lokal maupun nasional. Fatwa DSN-MUI yang mengatur transaksi keuangan digital serta kebijakan OJK terkait keamanan dan standardisasi *platform* menjadi rujukan utama bagi pengguna dalam menentukan pilihan layanan. Kondisi ini menunjukkan bahwa regulasi memiliki peran signifikan dalam membentuk perilaku dan preferensi keuangan generasi muda di Aceh. (DSN-MUI, 2020; OJK, 2022).

4. Faktor – faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah pada Generasi Z

Seiring dengan perkembangan teknologi keuangan digital yang semakin pesat, kepuasan pengguna menjadi tolok ukur penting dalam menilai keberhasilan suatu *platform fintech*, khususnya dalam mempertahankan loyalitas serta menarik pengguna baru. Hal ini semakin relevan bagi Generasi Z yang dikenal memiliki standar dan ekspektasi tinggi terhadap kualitas layanan berbasis teknologi. Sebagai generasi yang sejak awal telah terbiasa dengan lingkungan digital, mereka tidak hanya menilai layanan dari aspek fungsi semata, tetapi juga mempertimbangkan pengalaman penggunaan, tingkat keamanan sistem, serta manfaat yang dirasakan secara langsung. Oleh karena itu, memahami berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna menjadi hal yang krusial agar layanan *fintech* mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan harapan Generasi Z secara efektif. (Kotler & Keller, *Marketing Management,* 2020).

Salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna adalah kualitas sistem (*system quality*), yang meliputi kecepatan akses, kemudahan dalam menggunakan fitur, serta kestabilan aplikasi saat digunakan untuk berbagai transaksi. Aplikasi yang mampu berjalan dengan lancar dan jarang gangguan akan memberikan rasa nyaman bagi pengguna, sehingga menciptakan pengalaman yang menyenangkan. Pengalaman inilah yang pada akhirnya mendorong munculnya kepuasan. Dalam hal ini, kualitas sistem menjadi aspek yang sangat penting, terutama bagi Generasi Z yang cenderung kurang toleran terhadap aplikasi yang lambat atau tidak efisien dalam pengoperasiannya. (Laudon & Laudon, *Management Information Systems*, 2021).

Selain kualitas sistem, kualitas layanan (*service quality*) juga memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pengguna *fintech*. Kualitas layanan ini mencakup seberapa cepat layanan merespons pengguna, tingkat keandalan sistem, perhatian terhadap kebutuhan pengguna, serta kemampuan penyedia layanan dalam menangani berbagai kendala yang dihadapi. Generasi Z umumnya mengharapkan layanan yang sigap, jelas, dan informatif, terutama ketika masalah dalam penggunaan aplikasi atau transaksi. Layanan yang responsif akan menciptakan kesan positif dan mendorong loyalitas pengguna, sedangkan layanan yang lambat atau kurang tanggap dapat menurunkan kepuasan meskipun teknologi yang digunakan sudah canggih. (Zeithaml, Bitner & Gremler, *Services Marketing*, 2020).

Faktor berikutnya adalah *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* sebagaimana dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM). Generasi Z cenderung merasa puas ketika layanan *fintech* benar-benar memberikan manfaat

nyata, seperti mempermudah transaksi, menghemat waktu, dan membantu dalam mengelola keuangan secara lebih praktis. Di sisi lain, kemudahan penggunaan juga menjadi hal yang sangat diperhatikan, karena aplikasi yang sederhana dan mudah dipahami akan membuat pengguna lebih nyaman. Semakin besar manfaat yang dirasakan dan semakin mudah aplikasi digunakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan dan keinginan pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut. (Davis, *User Acceptance of Information Technology*, 2021).

Selanjutnya, nilai yang dirasakan (*perceived value*) juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi kepuasan pengguna. Konsep ini berkaitan dengan bagaimana pengguna menilai keseimbangan antara manfaat yang diperoleh dengan pengorbanan yang dikeluarkan, seperti biaya, waktu, dan risiko. Generasi Z biasanya lebih rasional dalam menilai layanan digital, sehingga mereka akan merasa puas apabila layanan tersebut benar-benar memberikan keuntungan yang jelas, baik dari segi efisiensi, kemudahan, maupun fitur yang ditawarkan. Semakin besar nilai yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang terbentuk. (Kotler & Keller, *Marketing Management*, 2020).

Di sisi lain, kepercayaan (*trust*) dan keamanan (*security*) merupakan faktor yang sangat menentukan dalam penggunaan *fintech*. Hal ini tidak terlepas dari risiko yang melekat pada transaksi digital, seperti kebocoran data dan penipuan. Generasi Z yang sudah terbiasa dengan teknologi memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya perlindungan data pribadi. Oleh karena itu, *platform fintech* yang mampu menjaga keamanan informasi, menyediakan sistem perlindungan yang kuat, serta transparan dalam setiap transaksi akan lebih dipercaya oleh pengguna.

Tingkat kepercayaan yang tinggi ini akan menciptakan rasa aman, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pengguna. (Bhattacherjee, *Understanding Information Systems Continuance*, 2020).

Berdasarkan konteks regulasi, peran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga sangat penting dalam mendukung kepuasan pengguna *fintech*. Melalui berbagai kebijakan, khususnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, OJK menekankan pentingnya transparansi informasi, keamanan data, serta adanya mekanisme pengaduan yang jelas bagi pengguna. Regulasi ini memberikan jaminan bahwa layanan *fintech* berada dalam pengawasan yang ketat, sehingga dapat meminimalkan risiko yang mungkin terjadi. Bagi Generasi Z, adanya perlindungan dari lembaga resmi seperti OJK akan meningkatkan rasa percaya dan keyakinan dalam menggunakan layanan *fintech*. (OJK, Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, 2021).

Khusus pada *fintech* syariah, terdapat faktor tambahan yang memengaruhi kepuasan, yaitu kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah (*sharia compliance*). Generasi Z, terutama di daerah seperti Banda Aceh, cenderung memilih layanan keuangan yang tidak hanya praktis tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam. Kepatuhan terhadap ketentuan DSN-MUI, seperti menghindari riba, *gharar*, dan maysir, menjadi pertimbangan utama dalam menilai kualitas layanan. Layanan yang transparan, adil, serta sesuai dengan akad syariah akan meningkatkan rasa percaya dan memberikan kepuasan yang tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga spiritual. (DSN-MUI, *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*, 2021).

Secara keseluruhan, kepuasan pengguna *fintech* pada Generasi Z dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, mulai dari kualitas sistem dan layanan, kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, hingga kepercayaan dan keamanan. Dalam *fintech* syariah, faktor-faktor tersebut diperkuat dengan adanya aspek kepatuhan terhadap prinsip Islam. Perpaduan antara aspek teknis, psikologis, dan religius menjadikan kepuasan pengguna *fintech* pada Generasi Z bersifat kompleks, sehingga perlu diperhatikan secara menyeluruh oleh penyedia layanan agar mampu memenuhi harapan pengguna secara optimal. (Rahmawati et al., *Jurnal Keuangan Syariah*, 2022).

F. Penelitian yang Relevan

Penelitian terdahulu berperan penting sebagai landasan empiris yang memperkuat arah dan posisi penelitian ini. Melalui telaah penelitian sebelumnya, dapat diketahui sejauh mana topik mengenai persepsi keamanan, privasi, dan kepuasan pengguna *Fintech* Syariah telah dikaji, serta ruang kebaruan (*novelty*) dari penelitian yang sedang dilakukan. Terdapat tujuh penelitian lainnya tercantum di bawah ini yang akan digunakan peneliti sebagai landasan atau rujukan permasalahan dalam penelitian ini, antara lain:

Nurdin & Ahmad (2020) menekankan bahwa privasi dan perlindungan data pribadi merupakan bagian integral dari sistem keuangan digital syariah. Perlindungan privasi yang memadai dapat meningkatkan rasa aman, kepercayaan, dan kepuasan pengguna. Hasil ini mengindikasikan bahwa privasi bukan sekadar faktor teknis, melainkan bagian dari nilai etika dan tanggung jawab dalam transaksi digital.

Susanto & Amin (2020) yang menggunakan pendekatan kuantitatif menunjukkan bahwa aspek kualitas layanan, tingkat keamanan sistem, serta penerapan prinsip-prinsip syariah memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna layanan *Fintech* Syariah di Indonesia.Temuan ini menegaskan bahwa keamanan bukan hanya berfungsi sebagai perlindungan teknis, tetapi juga menjadi faktor penting yang membangun rasa percaya dan kenyamanan pengguna dalam melakukan transaksi digital.

Penelitian Zulfikar & Nuraini (2021) menyoroti aspek demografis, terutama pengaruh generasi terhadap perilaku pengguna. Generasi Z dan milenial menunjukkan tingkat kepekaan yang lebih tinggi terhadap isu keamanan data, kecepatan layanan, dan kemudahan akses aplikasi *Fintech* Syariah. Dengan demikian, layanan digital perlu dirancang dengan mempertimbangkan karakteristik generasi muda yang cenderung melek teknologi namun kritis terhadap perlindungan privasi.

Rahmawati & Lestari (2021) melalui pendekatan kuantitatif menemukan bahwa mekanisme perlindungan data serta transparansi dalam pengelolaan privasi memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan dan kepuasan pengguna layanan *Fintech* Syariah di Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besar kejelasan perusahaan *fintech* dalam memberikan informasi mengenai penggunaan, penyimpanan, serta keamanan data pribadi, maka semakin tinggi pula rasa percaya yang tumbuh dalam diri pengguna.

Penelitian Putri & Hidayat (2022) menegaskan bahwa semakin tinggi persepsi keamanan pengguna terhadap sistem *Fintech* Syariah, maka semakin

tinggi pula tingkat kepuasan mereka. Namun, risiko yang tinggi dapat menurunkan keinginan pengguna untuk bertransaksi. Temuan ini sejalan dengan Susanto & Amin (2020) yang juga menyoroti pentingnya faktor keamanan dan nilai-nilai syariah dalam menciptakan kepercayaan dan kepuasan pengguna.

Yusuf & Fatimah (2023) yang menggunakan pendekatan kualitatif, memberikan perspektif mendalam bahwa keamanan sistem yang selaras dengan prinsip syariah bukan hanya menjamin transaksi yang aman secara teknis, tetapi juga menghadirkan ketenangan batin (*ṭuma'nīnah*) bagi pengguna karena sesuai dengan nilai keadilan dan kejujuran dalam Islam.

Hidayah & Fajri (2023) yang menggunakan metode kuantitatif memberikan gambaran bahwa persepsi keamanan yang dirasakan pengguna tidak hanya berkaitan dengan perlindungan teknis dalam transaksi, tetapi juga membangun rasa nyaman dan kepuasan dalam penggunaan *Fintech* Syariah. Mereka menunjukkan bahwa ketika sistem dianggap aman, pengguna cenderung lebih loyal terhadap layanan tersebut. Namun penelitian ini juga menyoroti bahwa kesadaran privasi pada sebagian pengguna masih rendah sehingga tidak semua pengguna benar-benar memahami pentingnya menjaga data pribadi dalam transaksi digital.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Nurdin, M., & Ahmad, S. (2020)	*Trust, Privacy, and Satisfaction in Digital* Islam*ic Finance: Evidence from Indonesia*	kuantitatif	Persamaan: Sama-sama meneliti pengaruh privasi terhadap	Privasi dan kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap

				kepuasan pengguna. Perbedaan: Tidak meneliti generasi Z secara khusus dan mencakup seluruh pengguna *fintech* syariah.	kepuasan serta loyalitas pengguna layanan keuangan syariah.
2.	Susanto, F., & Amin, M. (2020)	*Customer Satisfaction and Trust in* Islam*ic Financial technology Services in Indonesia*	kuantitatif	Persamaan: Sama-sama meneliti hubungan keamanan dan kepuasan pengguna. Perbedaan: Tidak meneliti variabel privasi secara eksplisit.	Kualitas layanan, keamanan, dan nilai-nilai syariah berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna *Fintech* Syariah.
3.	Zulfikar, R., & Nuraini, S. (2021)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Kalangan Generasi Z	Kuantitatif (Regresi Linier)	Persamaan: Sama-sama fokus pada generasi Z dan faktor keamanan dalam kepuasan pengguna. Perbedaan : Tidak meneliti privasi sebagai variabel independen.	data Keamanan, kemudahan akses, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.
4.	Rahmawati, D., & Lestari, H. (2021)	Pengaruh Perlindungan Data dan Privasi terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Indonesia	kuantitatif	Perbedaan: Sama-sama meneliti variabel privasi dan kepuasan pengguna. Tidak berfokus pada kelompok generasi tertentu.	Perlindungan data dan transparansi privasi memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan dan kepuasan pengguna.

5.	Putri, N., & Hidayat, R. (2022)	Pengaruh Persepsi Keamanan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Indonesia	Kuantitatif	Persamaan: Sama-sama meneliti hubungan antara persepsi keamanan dan kepuasan pengguna. Perbedaan: Penelitian ini menambahkan variabel risiko, sedangkan penelitian ini menambahkan variabel privasi.	Persepsi keamanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna *Fintech* Syariah, sedangkan risiko berpengaruh negatif.
6.	Yusuf, A., & Fatimah, H. (2023)	Peran Persepsi Keamanan dan Kepatuhan Syariah dalam Membangun Kepuasan Pengguna Layanan *Fintech* Syariah	kualitatif	Persamaan: Sama-sama mengkaji pengaruh keamanan terhadap kepuasan pengguna. Perbedaan: Penelitian ini bersifat kualitatif dan berfokus pada studi kasus perusahaan *fintech* tertentu.	Keamanan sistem dan kesesuaian syariah meningkatkan rasa percaya dan kepuasan pengguna.
7.	Hidayah, S., & Fajri, M. (2023)	Persepsi Keamanan, Kepercayaan, dan Loyalitas Pengguna *Fintech* Syariah di Kalangan Generasi Milenial	Kuantitatif (Regresi Berganda)	Persamaan: Sama-sama mengkaji keamanan dan kepuasan pengguna *fintech* syariah. Perbedaan: Penelitian ini meneliti generasi milenial, bukan generasi Z.	Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna, namun tidak semua pengguna memiliki kesadaran privasi yang tinggi.

Berdasarkan ketujuh penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa isu keamanan dan privasi menjadi faktor kunci dalam membangun kepuasan pengguna *Fintech* Syariah. Sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier atau *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji pengaruh variabel bebas (keamanan, privasi, kepercayaan) terhadap variabel terikat (kepuasan pengguna).

Secara keseluruhan, penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan keterkaitan yang kuat antara persepsi keamanan, privasi, dan kepuasan pengguna *Fintech* Syariah. Namun, sebagian besar penelitian belum secara spesifik meneliti generasi Z di wilayah tertentu, termasuk Banda Aceh, yang memiliki karakteristik religius dan tingkat adopsi teknologi tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan fokus pada:

1. Kombinasi variabel persepsi keamanan dan privasi dalam konteks *Fintech* Syariah.
2. Objek penelitian yang spesifik, yaitu Generasi Z di Banda Aceh, yang merepresentasikan kelompok digital *native* berorientasi religius.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman akademik mengenai perilaku pengguna *Fintech* Syariah di Indonesia serta memberikan implikasi praktis bagi pengembang layanan *Fintech* dalam memperkuat sistem keamanan dan perlindungan data sesuai nilai-nilai syariah.

G. Kerangka Penelitian

Perkembangan teknologi digital telah mengubah sistem keuangan secara signifikan, salah satunya melalui *Financial technology* (*Fintech*), yang mengintegrasikan teknologi informasi dengan layanan keuangan untuk meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas. Di Indonesia, pertumbuhan pesat terutama sejak pandemi COVID-19, dengan pengguna meningkat lebih dari 40% per tahun, didominasi oleh generasi muda (OJK, 2023).

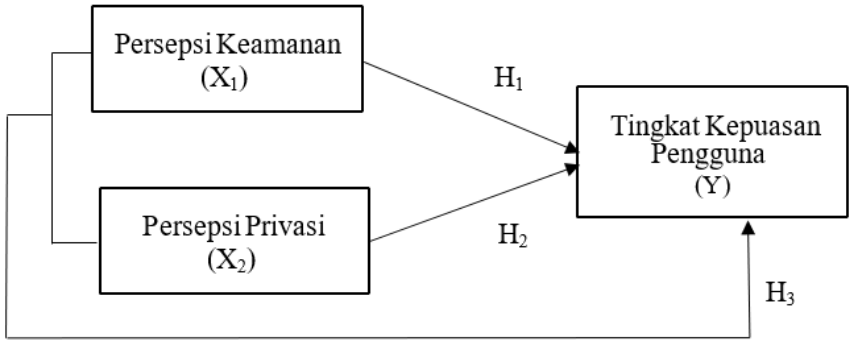
Seiring itu, muncul *Fintech* Syariah, layanan keuangan digital berbasis prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan larangan riba. *Fintech* Syariah menawarkan layanan yang halal, efisien, dan sesuai nilai islam. Namun, pertumbuhan pengguna juga memunculkan tantangan terkait keamanan transaksi dan privasi data, terutama bagi Generasi Z yang aktif bertransaksi digital dan kritis terhadap perlindungan data pribadi.

Menurut Kotler & Keller (2021), kepuasan pengguna terbentuk ketika pengalaman layanan sesuai dengan harapan. Dalam *Fintech* Syariah, harapan ini mencakup kemudahan transaksi sekaligus keamanan dan perlindungan privasi. Jika pengguna merasa aman dan data mereka terlindungi, tingkat kepuasan meningkat; sebaliknya, ketidakamanan menurunkan kepercayaan dan kepuasan.

Selain itu, Laudon & Traver (2020) menekankan bahwa keamanan dan privasi merupakan aspek krusial dalam membangun loyalitas pengguna di bisnis digital. Dengan demikian, keberhasilan *Fintech* Syariah tidak hanya ditentukan oleh kemudahan dan kecepatan layanan, tetapi juga sejauh mana sistem mampu menjaga

keamanan transaksi dan privasi, selaras dengan prinsip amanah dan keadilan dalam syariah islam.

Berdasarkan uraian di atas dapat dijelaskan bahwa persepsi keamanan (X_1) dan persepsi privasi (X_2) berperan penting dalam menentukan kepuasan pengguna (Y) terhadap layanan *Fintech* Syariah.



Gambar 2.2 Kerangka Berfikir

Diagram di atas menunjukkan Persepsi keamanan yang tinggi meningkatkan rasa aman pengguna sehingga mendorong kepuasan dalam menggunakan layanan. Persepsi privasi yang positif memperkuat kepercayaan pengguna, yang pada akhirnya juga meningkatkan kepuasan. Kombinasi antara keamanan dan privasi menciptakan pengalaman pengguna yang nyaman, adil, dan sesuai syariat, yang berimplikasi pada meningkatnya loyalitas dan kepercayaan terhadap *Fintech* Syariah.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara yang menjelaskan adanya hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dan akan dibuktikan melalui pengumpulan data. Dalam konteks ini, hipotesis berkaitan dengan bagaimana persepsi terhadap keamanan dan privasi suatu layanan digital dapat memengaruhi

tingkat kepuasan pengguna. Artinya, semakin tinggi rasa aman dan kepercayaan pengguna terhadap perlindungan data mereka, maka semakin besar kemungkinan mereka merasa puas terhadap layanan yang digunakan.

Maka hipotesis penelitiannya sebagai berikut:

H_0: Persepsi keamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *Fintech* Syariah.

H_1: Persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *Fintech* Syariah.

H_0: Persepsi privasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *Fintech* Syariah.

H_2: Persepsi privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *Fintech* Syariah.

H_0: Persepsi keamanan dan privasi secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *Fintech* Syariah.

H_3: Persepsi keamanan dan privasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *Fintech* Syariah.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terukur melalui data numerik yang dapat dianalisis menggunakan metode statistik. Menurut Sugiyono (2021), penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme yang menekankan pada pengujian teori, pengukuran variabel, dan analisis hubungan antarvariabel menggunakan alat bantu statistik.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif kausal untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara persepsi keamanan (X_1) dan persepsi privasi (X_2) terhadap kepuasan pengguna (Y) *Fintech* Syariah di kalangan Generasi Z di Banda Aceh. Pemilihan jenis penelitian ini didasarkan pada meningkatnya penggunaan *Fintech* Syariah oleh Generasi Z yang sangat peka terhadap isu keamanan dan privasi data (Rahman & Putri, 2023). Oleh karena itu, pendekatan kuantitatif dianggap paling tepat untuk mengukur besarnya pengaruh kedua variabel tersebut terhadap tingkat kepuasan pengguna.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh, yang merupakan salah satu wilayah yang terus didorong dalam peningkatan literasi dan akses keuangan syariah (OJK, 2024). Banda Aceh juga menjadi salah satu daerah dengan populasi Generasi Z yang signifikan, serta memiliki pertumbuhan pengguna *Fintech* Syariah yang pesat (OJK, 2023). Berbagai layanan seperti BYOND by BSI,

M – Syariah, Paytren, *ACTION MOBILE, BALE* BY BSN, dan *Link* Aja Syariah banyak digunakan oleh masyarakat muda di kota ini.

Pemilihan Banda Aceh sebagai lokasi penelitian juga karena kota ini merupakan representasi masyarakat yang religius, di mana preferensi terhadap layanan keuangan syariah cukup kuat. Hal ini memungkinkan peneliti mendapatkan data yang relevan mengenai analisis pengaruh persepsi keamanan dan persepsi privasi terhadap tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah di kalangan generasi Z di Banda Aceh.

Waktu penelitian berlangsung selama bulan Mei hingga Juni 2026 yang meliputi beberapa tahap:

a. Persiapan penelitian (penyusunan instrumen dan uji coba kuesioner).
b. Pengumpulan data (penyebaran kuesioner kepada responden).
c. Analisis data (pengolahan data menggunakan SPSS versi 2024).
d. Penyusunan laporan hasil penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut BPS (2024), jumlah penduduk Generasi Z (usia 17–27 tahun) di Kota Banda Aceh mencapai sekitar 262.960 jiwa. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), sekitar 35% dari generasi muda di kota ini telah menggunakan layanan *Fintech* Syariah untuk berbagai kebutuhan seperti transaksi digital, investasi, dan pembiayaan. Dengan demikian, populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna *Fintech* Syariah di kalangan Generasi Z di Banda Aceh, yang diperkirakan berjumlah 92.036 orang.

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Menurut Sugiyono (2020), *purposive sampling* dipilih ketika peneliti memiliki pertimbangan khusus terhadap responden yang dianggap dapat memberikan informasi yang paling relevan. Adapun kriteria responden penelitian ini adalah:

a. Berusia antara 17–27 tahun dan termasuk dalam kategori Generasi Z (lahir antara tahun 1997–2012).
b. Berdomisili di Kota Banda Aceh.
c. Pendidikan SMA/Sederajat, Mahasiswa dan yang lain
d. Telah menggunakan layanan *Fintech* Syariah minimal 3 bulan.
e. Menggunakan minimal satu aplikasi *Fintech* Syariah (contoh: *BYOND* by BSI, M- Syariah, *ACTION MOBILE, BALE* by BTN, *Paytren* dan *Link* Aja Syariah).

Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dibutuhkan

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (pada penelitian ini menggunakan 0,1 atau 10%)

Selanjutnya dilakukan perhitungan sebagai berikut:

N: 92.036

e : 10% = 0,1

$$n=\frac{92.036}{1+92.036(0,1)^2}$$

$$n=\frac{92.036}{1+92.036(0,01)}$$

$$n=\frac{92.036}{1+920,36}$$

$$n=\frac{92.036}{921,36}$$

$$n=99,89\approx100$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Jumlah tersebut dianggap representatif untuk menggambarkan populasi pengguna *Fintech* Syariah di Banda Aceh (Hair et al., 2022).

D. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini memanfaatkan dua jenis sumber data utama, yaitu data primer dan data sekunder, guna memperoleh hasil yang komprehensif dan akurat dalam menggambarkan fenomena yang diteliti. Kedua jenis data ini saling melengkapi untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai analisis persepsi keamanan dan persepsi privasi terhadap tingkat kepuasan pengguna *Fintech* Syariah di kalangan Generasi Z di Banda Aceh.

Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan secara langsung dari responden di lapangan. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui

penyebaran kuesioner (angket**)** kepada para pengguna *Fintech* Syariah di wilayah Banda Aceh. Responden terdiri dari Generasi Z yaitu individu berusia antara 17 hingga 27 tahun yang aktif menggunakan layanan keuangan digital berbasis syariah. Kuesioner dirancang dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur sejauh mana persepsi responden terhadap variabel penelitian.

Sementara itu, data sekunder ini berfungsi sebagai bahan pendukung untuk memperkuat kerangka teori, menjelaskan latar belakang fenomena penelitian, serta menjadi acuan pembanding terhadap hasil temuan empiris dari data primer. Melalui kombinasi antara data primer yang diperoleh langsung dari responden dan data sekunder yang bersifat konseptual serta dokumentatif.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui: instrument utama berupa kuesioner berbentuk *Google Form* dan juga disebarkan secara langsung kepada responden. Setiap butir pernyataan disusun berdasarkan indikator variabel dengan menggunakan skala Likert lima poin:

Tabel 3.1 Skala Likert Lima Point:

Skor Pilihan	Pilihan Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

F. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data secara sistematis dan objektif. Menurut Sugiyono (2022), instrumen penelitian merupakan

alat ukur untuk menilai suatu fenomena sehingga hasilnya dapat diuji validitas dan reliabilitasnya. Pada konteks penelitian kuantitatif, instrumen biasanya berupa kuesioner. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert 1 sampai 5, sesuai dengan pendekatan kuantitatif deskriptif dan asosiatif.

Skala Likert dipilih karena mampu menggambarkan tingkat sikap, persepsi, dan pandangan responden secara terukur (Sekaran dan Bougie, 2020). Pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan indikator setiap variabel penelitian, sehingga dapat mengukur persepsi responden terhadap keamanan, privasi, dan kepuasan pengguna *Fintech* Syariah secara sistematis dan tepat. Adapun indikator yang digunakan dalam kuesioner meliputi:

Variabel X_1 (persepsi keamanan dalam *fintech* syariah)

1. Keamanan transaksi digital,
2. Perlindungan serta kerahasiaan data pribadi
3. Keandalan sistem teknologi yang digunakan,
4. Kejelasan dan keterbukaan kebijakan privasi,
5. Transparansi dalam penyampaian layanan,
6. Tingkat kepercayaan pengguna terhadap kredibilitas penyedia *platform*.

Variabel X_2 (Persepsi Privasi dalam *fintech* Syariah)

1. Kekhawatiran data pribadi.
2. kontrol pengguna atas data.
3. Transparansi pengguna data.
4. Kepatuhan terhadap regulasi.

Variabel Y (kepuasaan pengguna dalam *Fintech* Syariah)

1. Kemudahan penggunaan aplikasi *(Ease of Use)*.
2. Kecepatan layanan *(Service Efficiency)*.
3. Keamanan data pribadi *(Data Security)*.
4. Kesesuaian prinsip syariah *(Sharia Compliance)*.
5. Niat untuk menggunakan kembali layanan *(Loyalty Intention)*.

G. Definisi Operasional Variabel

Pada kajian penelitian kuantitatif, variabel adalah sesuatu yang nilainya dapat berubah dan berbeda antarobjek atau dalam diri seseorang pada waktu yang berbeda (Sugiyono, 2022). Variabel menjadi unsur penting karena digunakan untuk mengukur fenomena secara sistematis, menjawab rumusan masalah, dan menguji hipotesis. Melalui pengukuran variabel, peneliti dapat melihat hubungan sebab-akibat antarfenomena secara empiris.

Berdasarkan konteks penelitian ini, peneliti mengelompokkan variabel menjadi dua kategori utama, yaitu variabel independen (variabel bebas) yang berperan sebagai faktor penyebab atau yang memengaruhi, dan variabel dependen (variabel terikat) yang berfungsi sebagai akibat atau hasil dari pengaruh variabel bebas tersebut. Pembagian ini dilakukan agar analisis hubungan antarvariabel dapat dilakukan secara jelas, objektif, dan sesuai dengan kerangka teori yang mendasari penelitian kuantitatif.

Tabel 3.2 Definisi Operasionalisasi Variabel

No	variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala	Item Pernyataan
1.	Persepsi Keamanan (X_1)	Keyakinan pengguna bahwa sistem *Fintech*	1. Keamanan transaksi digital, 2. Perlindungan serta	1-5	*likert*	1-12

		Syariah mampu melindungi data dan transaksi dari ancaman eksternal.	kerahasiaan data pribadi 3. Keandalan sistem teknologi yang digunakan, 4. Kejelasan dan keterbukaan kebijakan privasi, 5. Transparansi dalam penyampaian layanan, serta 6. Tingkat kepercayaan pengguna terhadap kredibilitas penyedia *platform*.			
2.	Persepsi Privasi (X_2)	Persepsi pengguna terhadap sejauh mana *Fintech* Syariah menjaga dan menggunakan data pribadi secara etis dan sesuai syariat.	1. Kekhawatiran data pribadi. 2. kontrol pengguna atas data. 3. Transparansi pengguna data. 4. Kepatuhan terhadap regulasi.	1-5	*likert*	1-8
3.	Tingkat Kepuasan Pengguna (Y)	Tingkat perasaan puas pengguna terhadap kinerja layanan *Fintech* Syariah secara keseluruhan	1. Kemudahan penggunaan aplikasi *(Ease of Use)*. 2. Kecepatan layanan *(Service Efficiency)*. 3. Keamanan data pribadi *(Data Security)*. 4. Kesesuaian prinsip syariah *(Sharia Compliance)*. 5. Niat untuk menggunakan kembali layanan	1-5	*likert*	1-9

	(Loyalty Intention).

H. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mampu menggambarkan dan mengukur konstruk yang menjadi fokus penelitian. Suatu item dianggap valid apabila nilai korelasi yang diperoleh (r_hitung) lebih besar daripada r_tabel pada tingkat signifikansi 0,05 (Ghozali, 2021). Dengan kata lain, semakin tinggi korelasi antara item pertanyaan dan keseluruhan konstruk, semakin tepat nilai r- hitung > r- tabel tersebut dalam merepresentasikan variabel yang diukur.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan menilai sejauh mana instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi ketika digunakan untuk mengukur variabel yang sama pada waktu yang berbeda. Pengujian ini menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* . Apabila nilai α mencapai atau melebihi 0,70, maka instrumen dinyatakan reliabel (Sekaran & Bougie, 2020). Nilai tersebut menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan dalam kuesioner memiliki stabilitas dan konsistensi internal yang baik sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah teknik statistik yang digunakan untuk menyajikan gambaran awal mengenai sifat dan karakter data penelitian. Pada penelitian ini, metode tersebut berfungsi untuk menggambarkan bagaimana persepsi keamanan,

persepsi privasi, serta tingkat kepuasan pengguna *Fintech* Syariah di kalangan Generasi Z Banda Aceh. Proses analisis dilakukan melalui penyajian ukuran statistik seperti rata-rata, median, standar deviasi, serta distribusi frekuensi masing-masing variabel. Pendekatan ini membantu peneliti mengenali pola umum dan kecenderungan data sebelum melanjutkan ke tahap analisis statistik yang lebih mendalam. Dengan begitu, analisis deskriptif menjadi langkah penting untuk memahami bagaimana responden memersepsikan dan merasakan pengalaman dalam menggunakan layanan *fintech* syariah. (Fauzi & Munandar, 2022; Safitri, 2023).

Selain itu, penggunaan analisis deskriptif memungkinkan peneliti untuk mendeteksi adanya penyimpangan atau variasi data yang dapat memengaruhi hasil analisis lanjutan. Data kemudian diolah menggunakan perangkat lunak statistik SPSS 2024 agar penyajiannya lebih rapi, sistematis, dan mudah di interpretasikan. Pemahaman ini membantu peneliti memetakan perilaku dan kecenderungan Generasi Z dalam memanfaatkan layanan keuangan digital berbasis syariah. (Rahman & Lestari, 2021; Yusuf & Fatimah, 2023).

2. Analisis Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2022), statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Sejalan dengan pendapat tersebut, Ghozali (2021) menjelaskan bahwa analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai suatu data yang dapat dilihat

dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai minimum, nilai maksimum, dan ukuran statistik lainnya. Berdasarkan pendapat tersebut, analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data dari variabel persepsi keamanan (X1), persepsi privasi (X2), dan tingkat kepuasan pengguna (Y) berdasarkan jawaban 100 responden.

Tabel 3.3 Analisis Data Kuantitatif

Skor Min	Interpretasi Skor Min
1.00 – 2.33	Rendah (kurang mencukupi/kurang sesuai/kurang berkesan/kurang baik/kurang setuju)
2.33 – 3.66	Sederhana (Mencukupi/sesui/berkesan/sederhana/setuju)
3.67 – 5.00	Tinggi (sangat mencukupi/sangat sesuai/sangat berkesan/baik/sangat setuju

Sumber: Puji Aryani (2014)

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memastikan bahwa residual pada model regresi memiliki pola distribusi yang bersifat normal. Normalitas residual merupakan salah satu prasyarat penting dalam regresi linear karena distribusi data yang tidak normal dapat menimbulkan bias dan mengganggu ketepatan estimasi koefisien. Pada penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan melalui metode Kolmogorov–Smirnov serta bantuan grafik seperti histogram dan normal *probability plot*. Jika nilai signifikansi yang diperoleh berada di atas 0,05, maka residual dianggap memenuhi asumsi normalitas. Pengujian ini menjadi bagian penting dalam menilai apakah model regresi layak digunakan untuk mengukur pengaruh persepsi keamanan dan privasi terhadap kepuasan pengguna *fintech* syariah. (Ghozali, 2021; Putri & Hidayat, 2022).

Selain itu, tingkat normalitas residual sering dipengaruhi oleh jumlah sampel dan perbedaan karakteristik antarresponden. Karena itu, peneliti tidak hanya mengandalkan satu teknik, melainkan memadukan uji statistik dengan analisis visual untuk memperoleh hasil yang lebih akurat. Dalam penelitian mengenai perilaku pengguna layanan digital, variasi data umumnya cukup tinggi, sehingga langkah pemeriksaan normalitas residual sangat diperlukan agar hasil regresi tetap valid dan dapat dipertanggungjawabkan. (Safitri & Suhud, 2023).

b. Uji Multikolinearitas

Pada penelitian yang menggunakan variabel persepsi, peluang munculnya multikolinearitas cukup besar karena kedua variabel independen dapat memiliki kedekatan makna. Oleh karena itu, uji ini menjadi tahap penting untuk memastikan bahwa masing-masing variabel memberikan pengaruh yang berbeda dan tidak saling tumpang tindih terhadap tingkat kepuasan pengguna. Jika hasil pengujian menunjukkan tidak adanya multikolinearitas, maka kedua variabel dapat dianalisis secara bersamaan dalam model regresi tanpa menghasilkan bias atau distorsi pada hasil penelitian. (Rahmawati & Lestari, 2021).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual pada berbagai tingkat variabel independen. Suatu model regresi dikatakan baik apabila tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas, karena masalah ini dapat mengganggu ketepatan dan keandalan estimasi koefisien. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan metode Glejser serta analisis *scatterplot*. Apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau pola penyebaran residual

tidak menunjukkan pola tertentu, maka model dianggap bebas dari heteroskedastisitas. (Ghozali, 2021; Safitri et al., 2023).

Pada penelitian yang berkaitan dengan keuangan digital, gejala heteroskedastisitas sering muncul akibat perbedaan intensitas dan pengalaman pengguna dalam memanfaatkan layanan *fintech*. Oleh karena itu, pengujian ini sangat penting untuk memastikan bahwa model regresi tetap valid dan dapat digunakan untuk menarik kesimpulan yang akurat. Jika heteroskedastisitas terdeteksi, peneliti dapat melakukan transformasi data atau menerapkan pendekatan regresi alternatif seperti regresi robust agar hasil analisis tetap stabil. (Hidayah & Fajri, 2023).

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua variabel independen yaitu persepsi keamanan dan persepsi privasi terhadap kepuasan pengguna *Fintech* Syariah. Model regresi ini memungkinkan peneliti mengukur seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen baik secara parsial maupun simultan. Estimasi regresi dilakukan dengan bantuan SPSS dan hasil analisis akan menunjukkan koefisien regresi, tingkat signifikansi, serta variabel mana yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap kepuasan pengguna. (Putri & Hidayat, 2022; Rahmawati & Lestari, 2021). Model regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \varepsilon$

Keterangan:

Y = Tingkat Kepuasan Pengguna

α = Konstanta

β1, β2 = Koefisien regresi

ε = Error term

X1 = Persepsi Keamanan

X2 = Persepsi Privasi

Regresi linear berganda dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin melihat hubungan kausal antara variabel-variabel yang bersifat kuantitatif. Selain itu, regresi memberikan gambaran seberapa besar perubahan pada kepuasan pengguna persepsi keamanan atau privasi . Dalam konteks *fintech* syariah, analisis regresi mampu menjelaskan bagaimana aspek teknis (keamanan), etis (privasi), dan prinsip syariah berkontribusi terhadap kenyamanan dan pengalaman pengguna. (Yusuf & Fatimah, 2023).

5. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t berfungsi untuk menilai apakah persepsi keamanan dan persepsi privasi secara terpisah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna Generasi Z. Apabila nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka variabel tersebut dianggap memiliki pengaruh yang signifikan (Ghozali, 2021; Fauzi & Munandar, 2022).

Pelaksanaan uji parsial sangat penting karena membantu mengidentifikasi variabel mana yang memberikan kontribusi paling besar dalam meningkatkan kepuasan pengguna *fintech* syariah. Dengan demikian, temuan dari uji t dapat dijadikan acuan bagi penyedia layanan untuk menentukan aspek yang perlu diprioritaskan dalam pengembangan layanan digital (Susanto & Amin, 2020).

6. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menilai apakah seluruh variabel independen secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, uji F diterapkan untuk mengetahui apakah persepsi keamanan dan persepsi privasi, ketika dianalisis bersama, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Apabila nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka model dianggap valid dan kedua variabel tersebut dinilai berpengaruh secara simultan (Rahmawati & Lestari, 2021; Zulfikar & Nuraini, 2021).

Pengujian simultan ini penting dilakukan karena kedua variabel independen memiliki keterkaitan yang erat dalam konteks penggunaan layanan *fintech*. Hasil uji F juga membantu menunjukkan apakah model regresi yang digunakan sudah sesuai dalam menjelaskan variabel dependen, yaitu kepuasan pengguna (Safitri et al., 2023).

7. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai R^2 berada pada rentang 0 hingga 1; semakin tinggi nilainya, semakin baik model dalam menggambarkan pengaruh persepsi keamanan

dan persepsi privasi terhadap kepuasan pengguna (Ghozali, 2021; Putri & Hidayat, 2022).

Selain itu, koefisien determinasi mencerminkan seberapa kuat kemampuan prediktif model regresi yang digunakan. Berdasarkan konteks penelitian *fintech* syariah, nilai R^2 yang tinggi mengindikasikan bahwa persepsi keamanan dan privasi merupakan faktor utama yang sangat diperhatikan oleh Generasi Z dalam menilai tingkat kepuasan mereka. Temuan ini sejalan dengan karakteristik pengguna digital yang cenderung peka terhadap isu perlindungan data pribadi serta keamanan layanan (Rahmawati & Lestari, 2021; Fauzi et al., 2023).

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. *Fintech* Syariah di Banda Aceh

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam sektor keuangan. Salah satu bentuk inovasi yang berkembang pesat adalah *Financial Technology* (*Fintech*), yaitu layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi digital untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan berbagai aktivitas keuangan. Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan yang cepat, praktis, dan efisien, *fintech* hadir sebagai solusi yang mampu menjawab kebutuhan tersebut.

Perkembangannya *fintech* tidak hanya berkembang dalam sistem keuangan konvensional, tetapi juga berkembang dalam sistem keuangan syariah yang dikenal dengan istilah *Fintech* Syariah. *Fintech* Syariah merupakan layanan keuangan berbasis teknologi yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah islam dengan menghindari unsur riba, *gharar* (ketidakjelasan), dan *maysir* (spekulasi). Kehadiran *fintech* syariah memberikan alternatif bagi masyarakat muslim yang menginginkan layanan keuangan modern namun tetap sesuai dengan ketentuan syariat islam.

Kota Banda Aceh merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam perkembangan *fintech* syariah. Sebagai ibu kota Provinsi Aceh yang menerapkan syariat Islam dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, Banda

Aceh memiliki karakteristik masyarakat yang cenderung memilih produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Kondisi ini menjadi faktor yang mendorong pertumbuhan penggunaan layanan *fintech* syariah di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda.

Berbagai *platform fintech* syariah yang beroperasi di Indonesia saat ini telah banyak digunakan oleh masyarakat Banda Aceh. Beberapa di antaranya adalah layanan mobile banking syariah, dompet digital syariah, *platform* pembiayaan syariah, serta aplikasi investasi berbasis syariah. Kehadiran berbagai *platform* tersebut memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan secara cepat, aman, dan efisien tanpa harus datang langsung ke kantor lembaga keuangan.

Selain menawarkan kemudahan transaksi, *fintech* syariah juga memberikan berbagai manfaat bagi pengguna, seperti kemudahan pembayaran, transfer dana, pembiayaan usaha, investasi, hingga pengelolaan keuangan pribadi. Berbagai layanan tersebut dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital yang terhubung dengan internet. Oleh karena itu, *fintech* syariah menjadi salah satu inovasi yang semakin diminati oleh masyarakat modern, khususnya kalangan Generasi Z.

Perkembangan *fintech* syariah di Banda Aceh juga didukung oleh regulasi yang diterbitkan oleh pemerintah dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Regulasi tersebut bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada pengguna, meningkatkan keamanan transaksi, serta memastikan bahwa seluruh aktivitas *fintech* syariah berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang berlaku. Adanya

regulasi tersebut memberikan rasa aman dan kepercayaan bagi masyarakat dalam menggunakan layanan *fintech* syariah.

Berdasarkan konteks penelitian ini, *fintech* syariah menjadi objek penelitian karena semakin banyak digunakan oleh Generasi Z di Kota Banda Aceh. Generasi ini merupakan kelompok yang tumbuh dan berkembang di era digital sehingga memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap penggunaan teknologi. Namun demikian, dalam penggunaan *fintech* syariah terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengguna, di antaranya adalah persepsi keamanan dan persepsi privasi.

Keamanan merupakan aspek yang sangat penting dalam layanan keuangan digital karena berkaitan dengan perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi pengguna. Pengguna akan merasa lebih nyaman menggunakan layanan *fintech* apabila mereka yakin bahwa data pribadi dan dana yang dimiliki terlindungi dengan baik. Sebaliknya, apabila pengguna merasa terdapat risiko kebocoran data atau penyalahgunaan informasi pribadi, maka tingkat kepuasan terhadap layanan yang digunakan dapat menurun.

Selain keamanan, privasi juga menjadi faktor yang tidak kalah penting. Privasi berkaitan dengan bagaimana data pribadi pengguna dikumpulkan, disimpan, dan digunakan oleh penyedia layanan *fintech*. Pengguna cenderung lebih puas apabila mereka merasa bahwa data pribadi yang dimiliki dijaga dengan baik dan tidak digunakan untuk kepentingan yang tidak sesuai tanpa persetujuan mereka.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana persepsi keamanan dan persepsi privasi memengaruhi tingkat kepuasan pengguna

fintech syariah di kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai perilaku pengguna *fintech* syariah sekaligus menjadi masukan bagi penyedia layanan dalam meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pengguna.

2. Karakteristik Generasi Z sebagai Pengguna *Fintech* Syariah

Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini dikenal sebagai digital native karena sejak kecil telah terbiasa menggunakan berbagai perangkat teknologi digital seperti *smartphone*, komputer, internet, dan media sosial. Kedekatan dengan teknologi tersebut membuat Generasi Z memiliki kemampuan yang lebih baik dalam memanfaatkan berbagai layanan digital dibandingkan generasi sebelumnya.

Kehidupan sehari-hari generasi Z cenderung mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi dalam memperoleh informasi maupun melakukan berbagai aktivitas. Karakteristik tersebut membuat mereka lebih mudah menerima dan menggunakan inovasi teknologi, termasuk layanan *fintech* syariah.

Penggunaan *fintech* syariah oleh Generasi Z tidak hanya didorong oleh kemudahan akses yang ditawarkan, tetapi juga oleh kesadaran terhadap pentingnya pengelolaan keuangan yang efektif dan sesuai dengan prinsip syariah.

Selain itu, Generasi Z juga dikenal sebagai generasi yang kritis terhadap keamanan dan privasi data. Mereka cenderung lebih selektif dalam memilih aplikasi atau *platform* digital yang akan digunakan. Sebelum menggunakan suatu layanan *fintech*, mereka biasanya mempertimbangkan reputasi penyedia layanan, keamanan sistem yang digunakan, serta kebijakan perlindungan data pribadi yang diterapkan.

Karakteristik tersebut menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang sangat relevan untuk diteliti dalam kaitannya dengan persepsi keamanan, persepsi privasi, dan tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah. Pemahaman mengenai karakteristik generasi ini dapat membantu menjelaskan bagaimana mereka menilai kualitas layanan *fintech* syariah yang digunakan.

B. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap pengguna *fintech* syariah di kalangan Generasi Z di Kota Banda Aceh dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Pemilihan responden menggunakan teknik purposive sampling, yaitu responden yang berusia 17–27 tahun, berdomisili di Kota Banda Aceh, dan pernah menggunakan layanan *fintech* syariah. Teknik ini digunakan agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian dan mampu menggambarkan kondisi pengguna *fintech* syariah di kalangan Generasi Z.

Karakteristik responden dalam penelitian ini dianalisis berdasarkan beberapa aspek, yaitu usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan aplikasi *fintech* syariah yang digunakan. Pendeskripsian karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden yang menjadi objek penelitian sehingga dapat membantu dalam menginterpretasikan hasil penelitian mengenai persepsi keamanan, persepsi privasi, dan tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel di bawah ini memperhatikan hasil uji deskripsi mengenai karakteristik responden berdasarkan usia:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	17-20	25	25,0	25,0	25,0
	21-24	50	50,0	50,0	75,0
	25-27	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Diolah Juli 2026

Berdasarkan tabel 4.1, diketahui bahwa dari 100 responden dengan data valid, mayoritas responden berada pada kelompok usia 21–24 tahun, yaitu sebanyak 50 orang (50,0%). Selanjutnya, responden yang berusia 17–20 tahun berjumlah 25 orang (25,0%), dan responden yang berusia 25–27 tahun juga berjumlah 25orang (25,0%). Dominasi responden pada kelompok usia 21–24 tahun menunjukkan bahwa pengguna *fintech* syariah di Kota Banda Aceh didominasi oleh Generasi Z yang berada pada masa produktif dan aktif dalam memanfaatkan teknologi digital.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa kelompok usia tersebut memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi keuangan serta lebih sering menggunakan layanan *fintech* syariah dalam berbagai aktivitas transaksi keuangan sehari-hari. Selain itu, tingginya penggunaan *fintech* syariah pada kelompok usia 21–24 tahun menunjukkan bahwa layanan keuangan digital berbasis syariah semakin diterima dan diminati oleh generasi muda sebagai alternatif transaksi yang praktis, mudah, dan sesuai dengan prinsip syariah.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel berikut ini menampilkan hasil uji deskripsi mengenai karakteristik responden berlandaskan jenis kelamin:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	LAKI-LAKI	35	35,0	35,0	35,0
	PEREMPUAN	65	65,0	65,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Diolah Juli 2026

Berdasarkan tabel 4.2, diketahui bahwa dari 100 responden dengan data valid, responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 65 orang (65,0%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 35 orang (35,0%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pengguna *fintech* syariah di kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan. Dominasi responden perempuan mengindikasikan bahwa perempuan memiliki tingkat pemanfaatan layanan *fintech* syariah yang cukup tinggi dalam mendukung berbagai aktivitas keuangan sehari-hari.

Kondisi ini menunjukkan bahwa *fintech* syariah semakin diterima oleh generasi muda perempuan karena menawarkan kemudahan, kepraktisan, serta keamanan dalam bertransaksi. Selain itu, tingginya jumlah pengguna perempuan juga mencerminkan meningkatnya kesadaran terhadap penggunaan layanan keuangan digital yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga dapat menjadi salah satu sarana dalam mendukung pengelolaan keuangan yang lebih efektif dan efisien.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel berikut ini menampilkan hasil uji deskripsi mengenai karakteristik responden berlandaskan Pendidikan :

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	SISWA	15	15,0	15,0	15,0
	MAHASISWA	60	60,0	60,0	75,0
	LAINNYA	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Diolah Juli 2026

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebagian besar responden berstatus sebagai mahasiswa, yaitu sebanyak 60 orang (60,0%). Selanjutnya, responden yang termasuk dalam kategori lainnya berjumlah 25 orang (25,0%), sedangkan responden yang berstatus sebagai siswa sebanyak 15 orang (15,0%). Data tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa merupakan kelompok yang paling banyak menggunakan *fintech* syariah di Kota Banda Aceh. Tingginya jumlah responden mahasiswa dapat disebabkan oleh tingginya intensitas penggunaan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari, termasuk dalam melakukan transaksi keuangan.

Selain itu, mahasiswa cenderung lebih mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkan berbagai layanan keuangan digital yang menawarkan kemudahan serta efisiensi. Kondisi ini menunjukkan bahwa *fintech* syariah telah menjadi salah satu pilihan layanan keuangan yang cukup diminati oleh kalangan mahasiswa untuk mendukung berbagai kebutuhan transaksi mereka.

5. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *Fintech* Syariah

Tabel berikut ini menampilkan hasil uji deskripsi mengenai karakteristik responden berlandaskan Lama Penggunaan:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	< 6 bulan	60	60,0	60,0	60,0
	6-12 BULAN	19	19,0	19,0	79,0
	> 1 tahun	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Diolah Juli 2026

Berdasarkan tabel 4.4, diketahui bahwa dari 100 responden dengan data valid, mayoritas responden telah menggunakan *fintech* syariah selama kurang dari 6 bulan, yaitu sebanyak 60 orang (60,0%). Selanjutnya, responden yang telah menggunakan *fintech* syariah selama lebih dari 1 tahun berjumlah 21 orang (21,0%), sedangkan responden dengan lama penggunaan 6–12 bulan berjumlah 19 orang (19,0%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan pengguna yang relatif baru dalam memanfaatkan layanan *fintech* syariah.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa penggunaan *fintech* syariah di kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh terus berkembangan dan mulai menarik minat pengguna baru. Meskipun demikian, terdapat pula responden yang telah menggunakan *fintech* syariah lebih dari satu tahun, yang menunjukkan adanya tingkat kepercayaan dan kenyamanan terhadap layanan yang diberikan. Semakin lama seseorang menggunakan *fintech* syariah, umumnya semakin banyak pengalaman yang diperoleh dalam menggunakan fitur dan layanan yang tersedia, sehingga dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap keamanan, privasi, dan kepuasan penggunaan.

C. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi dan tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti, yaitu persepsi keamanan (X_1), persepsi privasi (X_2), dan tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah (Y). Analisis ini dilakukan dengan melihat nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata digunakan untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden terhadap setiap variabel, sedangkan standar deviasi digunakan untuk melihat tingkat penyebaran data dari jawaban responden.

Melalui analisis deskriptif, peneliti dapat memperoleh gambaran umum mengenai persepsi responden terhadap keamanan dan privasi layanan *fintech* syariah serta tingkat kepuasan yang dirasakan selama menggunakan layanan tersebut. Hasil analisis deskriptif masing-masing variabel penelitian disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.5 Nilai Min dan Stardar Deviasi Setiap Pernyataan Persepsi Keamanan

No	Item	Min	Standar Deviasi	Interpretasi
1.	Saya merasa transaksi pada *fintech* syariah aman dari risiko penipuan.	4.64	0.628	Tinggi
2.	Sistem pembayaran dalam aplikasi *fintech* syariah terlindungi dengan baik.	4.49	0.522	Tinggi
3.	Data pribadi saya terlindungi saat menggunakan *fintech* syariah.	4.32	0.649	Tinggi
4.	Saya percaya data saya tidak disalahgunakan oleh pihak penyedia layanan.	4.43	0.607	Tinggi
5.	Aplikasi *fintech* syariah jarang mengalami gangguan/error.	4.37	0.630	Tinggi
6.	Sistem *fintech* syariah bekerja secara stabil dan dapat diandalkan.	4.51	0.628	Tinggi

7.	Kebijakan privasi disampaikan dengan jelas oleh penyedia layanan.	4.70	0.541	Tinggi
8.	Saya memahami bagaimana data saya digunakan oleh aplikasi *fintech* syariah.	4.62	0.663	Tinggi
9.	Informasi layanan disampaikan secara terbuka dan jujur.	4.56	0.592	Tinggi
10.	Tidak ada informasi yang disembunyikan terkait layanan *fintech* syariah.	4.45	0.575	Tinggi
11.	Saya percaya pada kredibilitas penyedia *fintech* syariah.	4.63	0.544	Tinggi
12.	Saya merasa aman menggunakan layanan *fintech* syariah secara rutin.	4.59	0.534	Tinggi
	Min Keseluruhan	4,52		Tinggi

Sumber: Diolah Juli 2026

Berdasarkan nilai rata-rata (mean) pada setiap item menunjukkan kecenderungan yang tinggi, yaitu antara 4,32 sampai dengan 4,70. Rentang nilai tersebut berada pada kategori "tinggi", yang mengindikasikan bahwa responden memiliki persepsi yang baik terhadap aspek keamanan dan privasi pada *fintech* syariah. Nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,52 juga menunjukkan bahwa secara umum responden merasa aman dan percaya terhadap perlindungan data serta layanan yang diberikan oleh penyedia *fintech* syariah. Skor tertinggi terdapat pada item ketujuh dengan nilai rata-rata 4,70, yaitu "Kebijakan privasi disampaikan dengan jelas oleh penyedia layanan". Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai penyedia *fintech* syariah telah memberikan informasi mengenai kebijakan privasi secara jelas. Sementara itu, skor terendah terdapat pada item ketiga dengan nilai rata-rata 4,32, yaitu "Data pribadi saya terlindungi saat menggunakan *fintech* syariah". Meskipun menjadi nilai terendah, skor tersebut masih berada dalam kategori tinggi, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden tetap memiliki keyakinan yang baik terhadap perlindungan data pribadi saat menggunakan layanan *fintech* syariah.

Tabel 4.6 Nilai Min dan Stardar Deviasi Setiap Pernyataan Persepsi Privasi

No	Item	Min	Standar Deviasi	Interpretasi
1.	Saya khawatir data pribadi saya dapat bocor saat menggunakan *fintech*.	3.77	0.863	Tinggi
2.	Saya merasa data pribadi saya rentan disalahgunakan.	3.79	0.820	Tinggi
3.	Saya memiliki kendali atas data pribadi saya di aplikasi *fintech* syariah.	4.26	0.691	Tinggi
4.	Saya dapat mengatur penggunaan data pribadi saya dengan mudah.	4.33	0.620	Tinggi
5.	Aplikasi *fintech* syariah menjelaskan bagaimana data pengguna digunakan.	4.57	0.573	Tinggi
6.	Penggunaan data pribadi oleh aplikasi *fintech* syariah disampaikan secara transparan kepada pengguna.	4.55	0.557	Tinggi
7.	*Fintech* syariah mematuhi aturan perlindungan data yang berlaku.	4.53	0.577	Tinggi
8.	Saya yakin layanan ini sesuai dengan regulasi dan prinsip syariah terkait privasi.	4.57	0.517	Tinggi
	Min Keseluruhan	4.29		Tinggi

Sumber: Diolah Juli 2026

Berdasarkan nilai rata-rata (mean) pada setiap item menunjukkan kecenderungan yang tinggi, yaitu antara 3,77 sampai dengan 4,57. Rentang nilai tersebut berada pada kategori “tinggi”, yang mengindikasikan bahwa responden memiliki persepsi yang baik terhadap aspek privasi pada *fintech* syariah. Nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,29 juga menunjukkan bahwa secara umum responden menilai perlindungan dan pengelolaan data pribadi pada layanan *fintech* syariah sudah baik. Skor tertinggi terdapat pada item kelima dan kedelapan dengan nilai rata-rata yang sama, yaitu 4,57. Pada item kelima, responden menilai bahwa aplikasi *fintech* syariah menjelaskan bagaimana data pengguna digunakan, sedangkan pada item kedelapan responden yakin bahwa layanan tersebut sesuai dengan regulasi dan prinsip syariah terkait privasi. Sedangkan skor terendah

terdapat pada item pertama dengan nilai rata-rata 3,77, yaitu “Saya khawatir data pribadi saya dapat bocor saat menggunakan *fintech*”. Meskipun menjadi skor terendah, nilai tersebut masih berada pada kategori tinggi, sehingga menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden tetap memiliki penilaian yang baik terhadap aspek privasi pada layanan *fintech* syariah.

Tabel 4.7 Nilai Min dan Stardar Deviasi Setiap Pernyataan Kepuasan Pengguna

No	Item	Min	Standar Deviasi	interpretasi
1.	Aplikasi *fintech* syariah mudah digunakan.	4.57	0.537	Tinggi
2.	Fitur dalam aplikasi *fintech* syariah mudah dipahami.	4.63	0.506	Tinggi
3.	Transaksi diproses dengan cepat.	4.69	0.486	Tinggi
4.	Layanan responsif ketika dibutuhkan.	4.54	0.521	Tinggi
5.	Saya puas dengan keamanan data dalam aplikasi *fintech* syariah.	4.59	0.534	Tinggi
6.	Layanan *fintech* syariah sesuai dengan prinsip syariah.	4.68	0.490	Tinggi
7.	Saya merasa tenang menggunakan layanan karena berbasis syariah.	4.55	0.520	Tinggi
8.	Saya memiliki niat untuk tetap menggunakan layanan *fintech* syariah di masa yang akan datang.	4.53	0.502	Tinggi
9.	Saya merekomendasikan penggunaan *fintech* syariah kepada orang lain, seperti melalui saran langsung atau berbagi pengalaman.	4.73	0.468	Tinggi
	Min Keseluruhan	4.61		Tinggi

Sumber: Diolah Juli 2026

Berdasarkan nilai rata-rata (mean) pada setiap item menunjukkan kecenderungan yang tinggi, yaitu antara 4,53 sampai dengan 4,73. Rentang nilai tersebut berada pada kategori “tinggi”, yang mengindikasikan bahwa responden memiliki tingkat kepuasan yang baik terhadap layanan *fintech* syariah. Nilai rata-

rata keseluruhan sebesar 4,61 juga menunjukkan bahwa secara umum responden merasa puas terhadap kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, serta kesesuaian layanan *fintech* syariah dengan prinsip syariah.

Skor tertinggi terdapat pada item kesembilan dengan nilai rata-rata 4,73, yaitu "Saya merekomendasikan penggunaan *fintech* syariah kepada orang lain, seperti melalui saran langsung atau berbagi pengalaman." Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kepuasan yang tinggi sehingga bersedia merekomendasikan layanan *fintech* syariah kepada orang lain. Sedangkan skor terendah terdapat pada item kedelapan dengan nilai rata-rata 4,53, yaitu "Saya memiliki niat untuk tetap menggunakan layanan *fintech* syariah di masa yang akan datang." Meskipun demikian, nilai tersebut masih berada pada kategori tinggi, sehingga menunjukkan bahwa responden tetap memiliki tingkat kepuasan dan kecenderungan yang baik untuk menggunakan layanan *fintech* syariah.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas instrumen penelitian dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu dengan mengorelasikan skor masing-masing item pernyataan dengan skor total variabel.

Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, sehingga derajat kebebasan (*degree of freedom*/df) dihitung menggunakan rumus df = N – 2, yaitu df = 100 – 2 = 98. Berdasarkan nilai r tabel pada taraf

signifikansi 5% (α = 0,05) dengan pengujian dua arah (*two-tailed*) dan df = 98, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,197. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah bahwa suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,197). Sebaliknya, apabila nilai r hitung lebih kecil daripada r tabel, maka item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid sehingga tidak memenuhi persyaratan sebagai instrumen penelitian yang mampu mengukur variabel secara akurat.

Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel X

Item Pernyataan	*Pearson Correlation*	r tabel	Keterangan
Persepsi Keamanan X			
X1.1	.767**	0,197	valid
X1.2	.622**	0,197	valid
X1.3	.481**	0,197	valid
X1.4	.693**	0,197	valid
X1.5	.647**	0,197	valid
X1.6	.703**	0,197	valid
X1.7	.811**	0,197	valid
X1.8	.786**	0,197	valid
X1.9	.639**	0,197	valid
X1.10	.476**	0,197	valid
X1.11	.654**	0,197	valid
X1.12	.684**	0,197	valid
Persepsi Keamanan X_2			
X1.1	.613**	0,197	valid
X1.2	.667**	0,197	valid
X1.3	.769**	0,197	valid
X1.4	.654**	0,197	valid
X1.5	.668**	0,197	valid
X1.6	.691**	0,197	valid
X1.7	.711**	0,197	valid
X1.8	.612**	0,197	valid

Sumber: Diolah Juli 2026

Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan pada tabel 4.7, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Persepsi Keamanan (X1) dan

Persepsi Privasi (X2) memiliki nilai *Pearson Correlation* (r hitung) yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,197. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada kedua variabel telah memenuhi kriteria validitas, sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Pada variabel Persepsi Keamanan (X1), nilai koefisien korelasi masing-masing item berada pada rentang 0,476 hingga 0,811. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki hubungan yang positif dan cukup kuat dengan skor total variabel. Nilai korelasi tertinggi terdapat pada item X1.7 sebesar 0,811, sedangkan nilai korelasi terendah terdapat pada item X1.10 sebesar 0,476. Meskipun demikian, seluruh nilai korelasi yang diperoleh masih berada di atas nilai r tabel, sehingga seluruh item pernyataan pada variabel Persepsi Keamanan dinyatakan valid.

Sementara itu, pada variabel Persepsi Privasi (X2), nilai koefisien korelasi item pernyataan berada pada kisaran 0,612 hingga 0,769. Hasil ini mengindikasikan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti dengan baik. Nilai korelasi tertinggi diperoleh pada item X2.3 sebesar 0,769, sedangkan nilai korelasi terendah terdapat pada item X2.8 sebesar 0,612. Karena seluruh nilai korelasi lebih besar daripada nilai r tabel, maka seluruh item pernyataan pada variabel Persepsi Privasi dinyatakan valid.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Persepsi Keamanan (X1) dan Persepsi Privasi (X2) telah memenuhi persyaratan validitas. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan

tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian dan layak untuk dianalisis pada tahap pengujian selanjutnya.

Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Y

Item Pernyataan	*Pearson Correlation*	r tabel	Keterangan
Tingkat Kepuasan Pengguna			
Y1	.626**	0,197	Valid
Y2	.626**	0,197	Valid
Y3	.794**	0,197	Valid
Y4	.673**	0,197	Valid
Y5	.712**	0,197	Valid
Y6	.792**	0,197	Valid
Y7	.707**	0,197	Valid
Y8	.607**	0,197	Valid
Y9	.763**	0,197	Valid

Sumber: Diolah Juli 2026

Berdasarkan hasil pengujian validitas yang disajikan pada tabel 4.9, seluruh item pernyataan pada variabel Tingkat Kepuasan Pengguna (Y) menunjukkan nilai *Pearson Correlation* (r hitung) yang melebihi nilai r tabel sebesar 0,197. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa setiap item pernyataan telah memenuhi kriteria validitas, sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel Tingkat Kepuasan Pengguna dalam penelitian ini.

Nilai koefisien korelasi yang diperoleh berada pada rentang 0,607 hingga 0,794. Rentang nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara masing-masing item pernyataan dengan skor total variabel. Item Y3 memiliki nilai korelasi tertinggi, yaitu sebesar 0,794, sedangkan item Y8 memperoleh nilai korelasi terendah, yaitu sebesar 0,607. Meskipun terdapat perbedaan tingkat korelasi antar item, seluruh nilai yang diperoleh tetap berada di atas batas minimum yang dipersyaratkan.

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa setiap item pernyataan mampu mencerminkan dan mengukur aspek-aspek yang terdapat dalam variabel Tingkat Kepuasan Pengguna secara memadai. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan pada variabel ini dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian untuk tahap analisis selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* melalui bantuan program SPSS. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Nilai reliabilitas dapat diketahui melalui output Reliability Statistics, khususnya pada nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Kriteria tersebut digunakan sebagai dasar untuk menilai tingkat reliabilitas pada seluruh variabel penelitian, baik variabel independen maupun variabel dependen.

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Persepsi Keamanan (X_1)	0,883	Reliabel
Persepsi Privasi (X_2)	0,816	Reliabel
Tingkat Kepuasan Pengguna (Y)	0,868	Reliabel

Sumber: Diolah Juli 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang disajikan pada tabel 4.9, diketahui bahwa variabel Persepsi Keamanan (X1) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,883, variabel Persepsi Privasi (X2) sebesar 0,816, dan variabel Tingkat Kepuasan Pengguna (Y) sebesar 0,868. Seluruh nilai *Cronbach's Alpha* tersebut

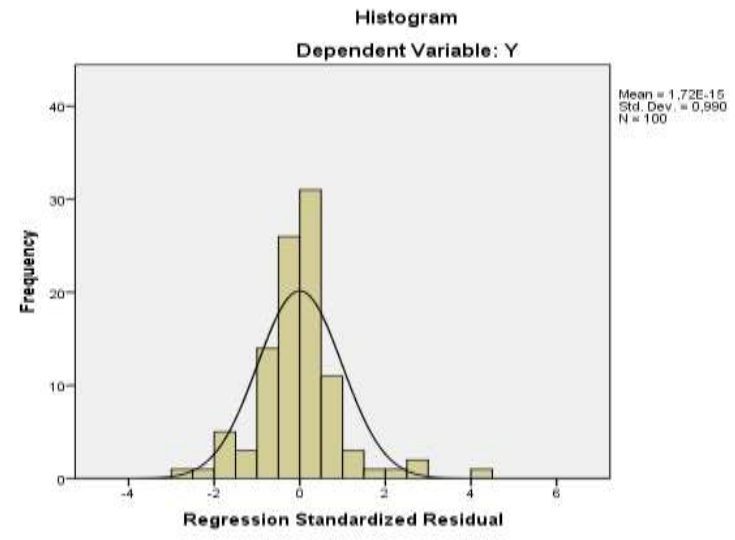
berada di atas batas minimum yang telah ditetapkan, yaitu 0,60. Oleh karena itu, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Nilai reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa item-item pernyataan pada masing-masing variabel memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur variabel yang diteliti. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan mampu menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya. Hasil pengujian ini juga menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Persepsi Keamanan, Persepsi Privasi, dan Tingkat Kepuasan Pengguna layak digunakan sebagai alat pengumpulan data serta dapat mendukung proses analisis pada tahap penelitian selanjutnya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual dalam model regresi memiliki distribusi yang normal. Pengujian ini dilakukan melalui analisis grafik histogram. Residual dikatakan berdistribusi normal apabila pola histogram menunjukkan bentuk kurva yang menyerupai lonceng (*bell-shaped curve*) dengan penyebaran data yang relatif seimbang pada kedua sisi. Apabila pola distribusi mendekati bentuk tersebut, maka asumsi normalitas dalam model regresi dapat dikatakan telah terpenuhi.

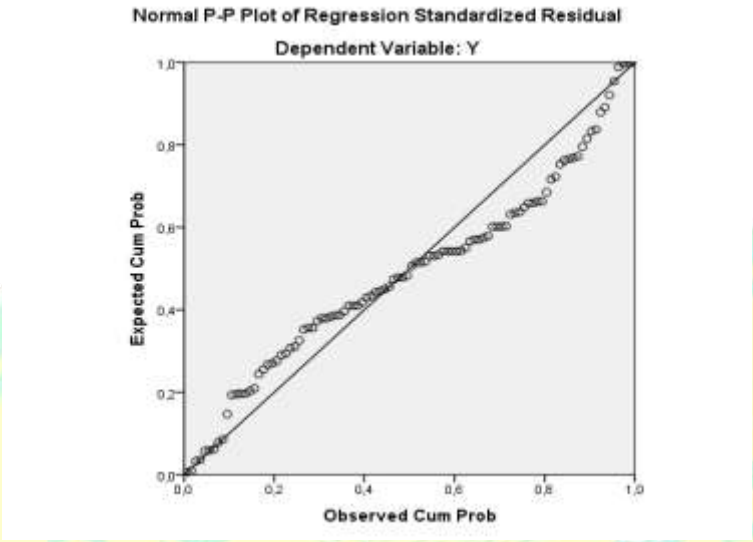


Gambar 4.3 Uji Normalitas Grafik Histogram

Berdasarkan hasil pengujian normalitas melalui grafik histogram pada variabel dependen Tingkat Kepuasan Pengguna (Y), terlihatxx bahwa distribusi residual membentuk pola yang mendekati distribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari bentuk histogram yang menyerupai kurva lonceng (*bell-shaped curve*), di mana sebagian besar data terkonsentrasi pada bagian tengah dan frekuensi data semakin menurun pada kedua sisi distribusi.

Selain itu, nilai mean residual sebesar 1,72E-15 yang mendekati angka nol serta nilai standar deviasi sebesar 0,990 menunjukkan bahwa residual tersebar secara proporsional di sekitar nilai rata-ratanya. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, penyebaran residual tidak menunjukkan adanya penyimpangan yang signifikan dari asumsi normalitas. Hasil pengujian tersebut mengindikasikan bahwa data penelitian telah memenuhi asumsi normalitas. Penilaian ini juga dapat didukung melalui grafik Normal P–P Plot, di mana data residual dinyatakan berdistribusi normal apabila titik-titik pengamatan berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, model

regresi yang digunakan dalam penelitian "Analisis Dampak Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Kalangan Generasi Z Banda Aceh" dapat digunakan untuk melakukan analisis pada tahap selanjutnya.

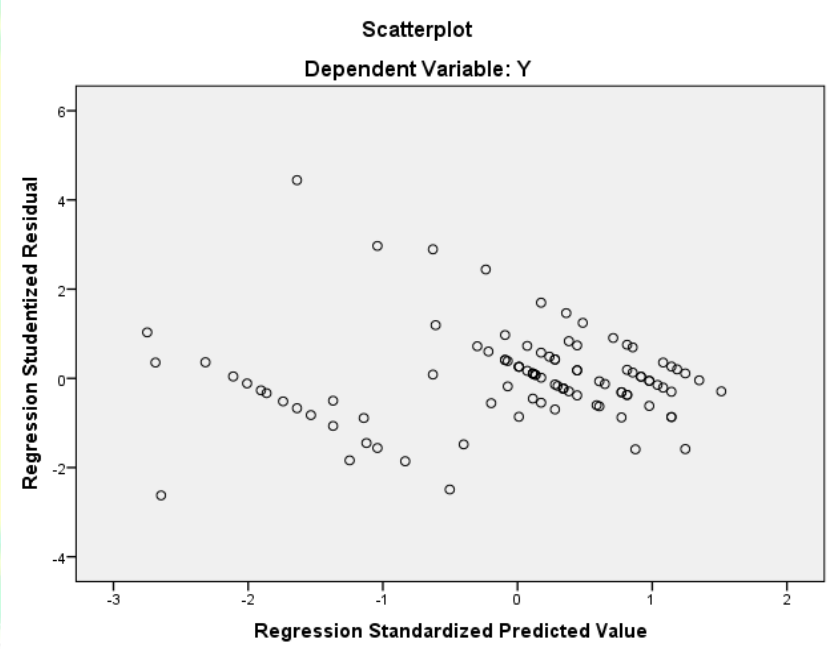


Gambar 4.4 Uji Normalitas P-P Plot

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan grafik *Normal P–P Plot of Regression Standardized Residual*, terlihat bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan cenderung mengikuti arah garis tersebut. Meskipun terdapat beberapa titik yang sedikit menyimpang dari garis diagonal, penyimpangan tersebut tidak terlalu signifikan sehingga masih dapat diterima. Kondisi ini menunjukkan bahwa residual dalam model regresi berdistribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitas. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian "Analisis Dampak Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Kalangan Generasi Z Banda Aceh" layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa residual dari setiap pengamatan memiliki varians yang konstan sehingga model regresi memenuhi asumsi klasik. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan grafik Scatterplot. Apabila titik-titik pada grafik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, maka model regresi dinyatakan tidak heteroskedastisitas.



Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas *Scatterplot*

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *Scatterplot* antara *Regression Standardized Predicted Value* dan *Regression Studentized Residual*, dapat diketahui bahwa titik-titik data tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, baik pola

mengerucut, melebar, maupun bergelombang. Penyebaran titik yang tidak teratur tersebut menunjukkan bahwa varians residual cenderung konstan pada setiap tingkat prediksi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian "Analisis Dampak Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Kalangan Generasi Z Banda Aceh" tidak gejala heteroskedastisitas, sehingga salah satu asumsi klasik dalam analisis regresi telah terpenuhi dan model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya hubungan yang kuat antar variabel bebas. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak gejala multikolinearitas.

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitasi

Coefficients[a]

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*			*Collinearity Statistics*	
		B	*Std. Error*	*Beta*	*t*	*Sig.*	*Tolerance*	VIF
1	(*Constant*)	11,735	2,100		5,588	,000		
	X1	,273	,059	,404	4,597	,000	,414	2,414
	X2	,435	,080	,479	5,451	,000	,414	2,414

Sumber: Diolah Juli 2026

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas yang disajikan pada tabel di atas, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang masih berada dalam batas yang

diperkenankan. Hasil pengujian untuk masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Persepsi Keamanan (X_1) memperoleh nilai *Tolerance* sebesar 0,414 dan nilai VIF sebesar 2,414. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *Tolerance* berada di atas 0,10 dan VIF berada di bawah 10, sehingga variabel Persepsi Keamanan tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas.
2. Variabel Persepsi Privasi (X_2) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,414 serta nilai VIF sebesar 2,414. Hasil ini juga memenuhi kriteria pengujian, yaitu nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga variabel Persepsi Privasi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

Berdasarkan hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi multikolinearitas dan dapat digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel independen, yaitu Persepsi Keamanan (X_1) dan Persepsi Privasi (X_2), terhadap variabel dependen Tingkat Kepuasan Pengguna (Y). Melalui analisis ini dapat diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun secara simultan.

Tabel 4.12 Tabel *Coefficients*

Coefficients[a]

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*			*Collinearity Statistics*	
		B	*Std. Error*	*Beta*	*t*	*Sig.*	*Tolerance*	VIF
1	(*Constant*)	11,735	2,100		5,588	,000		
	X1	,273	,059	,404	4,597	,000	,414	2,414
	X2	,435	,080	,479	5,451	,000	,414	2,414

Sumber: Diolah Juli 2026

Model persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \varepsilon$$

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 24, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 11{,}735 + 0{,}273X_1 + 0{,}435\ X_2$$

Persamaan regresi yang diperoleh menunjukkan bahwa Persepsi Keamanan (X_1) dan Persepsi Privasi (X_2) memiliki pengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna (Y). Makna dari masing-masing koefisien regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 11,735 mengindikasikan bahwa apabila variabel Persepsi Keamanan (X_1) dan Persepsi Privasi (X_2) bernilai nol, maka Tingkat Kepuasan Pengguna (Y) diperkirakan berada pada nilai 11,735.
2. Koefisien regresi pada variabel Persepsi Keamanan (X_1) sebesar 0,273 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada Persepsi Keamanan

akan meningkatkan Tingkat Kepuasan Pengguna (Y) sebesar 0,273 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap atau perubahan.

3. Koefisien regresi pada variabel Persepsi Privasi (X_2) sebesar 0,435 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Persepsi Privasi akan diikuti oleh kenaikan Tingkat Kepuasan Pengguna (Y) sebesar 0,435 satuan, dengan asumsi variabel lain berada dalam kondisi konstan.

Privasi sama-sama memberikan pengaruh positif terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna. Artinya, semakin baik tingkat keamanan dan privasi yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan *fintech* syariah. Di antara kedua variabel tersebut, Persepsi Privasi memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap peningkatan kepuasan pengguna dibandingkan Persepsi Keamanan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien regresinya yang lebih tinggi.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Melalui pengujian ini dapat diketahui apakah Persepsi Keamanan (X_1) dan Persepsi Privasi (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna (Y). Dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel atau berdasarkan nilai signifikansi (Sig.). Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen tersebut dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.13 Uji t (Uji Parsial)

Coefficients[a]

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*			*Collinearity Statistics*	
		B	*Std. Error*	*Beta*	*t*	*Sig.*	*Tolerance*	VIF
1	(*Constant*)	11,735	2,100		5,588	,000		
	X1	,273	,059	,404	4,597	,000	,414	2,414
	X2	,435	,080	,479	5,451	,000	,414	2,414

Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada tabel 4.X, pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen Tingkat Kepuasan Pengguna (Y) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Persepsi Keamanan (X_1) memperoleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 4,597 lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,984 pada taraf signifikansi 5%. Nilai koefisien regresi yang positif, yaitu 0,273, menunjukkan bahwa Persepsi Keamanan memiliki pengaruh positif terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna. Oleh karna itu, H_O ditolak dan H_1 diterima.
2. Variabel Persepsi Privasi (X_2) memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000, yang juga lebih kecil dari 0,05. Nilai t hitung sebesar 5,451 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,984. Koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,435 mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat privasi yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna. Oleh karena itu, H_O ditolak dan H_2 di terima.

b. Uji F

Uji F (simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk menguji pengaruh Persepsi Keamanan (X_1) dan Persepsi Privasi (X_2) secara simultan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna (Y).

Tabel 4.14 uji F (simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	692,841	2	346,421	107,650	,000[b]
	Residual	312,149	97	3,218		
	Total	1004,990	99			

Sumber: diolah Desember 2026

Berdasarkan hasil pengujian F (ANOVA) pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 107,650 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut berada di bawah tingkat signifikansi 0,05 (0,000 < 0,05). Selain itu, apabila dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 3,89, maka nilai F hitung lebih besar daripada F tabel (107,650 > 3,89). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Keamanan (X_1) dan Persepsi Privasi (X_2) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna (Y).

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa model regresi linear berganda yang digunakan telah memenuhi kelayakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa Persepsi Keamanan dan Persepsi Privasi

tidak berpengaruh secara simultan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna ditolak, sedangkan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Hal ini berarti bahwa peningkatan persepsi keamanan dan privasi secara bersamaan dapat memberikan kontribusi terhadap meningkatnya tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah di kalangan Generasi Z Banda Aceh.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk melihat besarnya kontribusi variabel independen dalam menerangkan perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Pada penelitian ini, variabel independen terdiri atas Persepsi Keamanan (X_1) dan Persepsi Privasi (X_2), sedangkan variabel dependen adalah Tingkat Kepuasan Pengguna (Y). Nilai R^2 menggambarkan persentase variasi Tingkat Kepuasan Pengguna yang dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam model regresi. Semakin besar nilai koefisien determinasi yang diperoleh, semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antarvariabel yang diteliti. Adapun hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.15 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,830[a]	,689	,683	1,794	1,534

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Dengan demikian, hasil koefisien determinasi ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam model memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap variabel dependen. Hal ini dibuktikan melalui nilai R sebesar 0,830 yang

menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai *R Square* sebesar 0,689 berarti sebesar 68,9% variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 31,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Selanjutnya, nilai Adjusted *R Square* sebesar 0,683 juga menguatkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antar variabel tetap tergolong baik setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel yang digunakan.

Selain itu, nilai *Std. Error of the Estimate* sebesar 1,794 menunjukkan tingkat kesalahan dalam memprediksi variabel dependen, di mana semakin kecil nilainya maka semakin baik ketepatan model. Sementara itu, nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,534 mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi yang serius dalam model regresi yang digunakan. Dengan demikian, hasil koefisien determinasi ini memperkuat temuan bahwa variabel independen dalam penelitian memiliki kontribusi yang besar terhadap variabel dependen, serta didukung oleh hasil uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F) yang menunjukkan pengaruh yang signifikan.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa variabel Persepsi Keamanan (X_1) dan Persepsi Privasi (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna (Y). Selain itu, secara simultan Persepsi Keamanan dan Persepsi Privasi juga berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *fintech* syariah di kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua

variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan pengguna *fintech* syariah.

1. **Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh**

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel Persepsi Keamanan (X_1) memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,273 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa Persepsi Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka dalam menggunakan layanan *fintech* syariah. Keamanan menjadi aspek yang penting karena berkaitan dengan perlindungan data pribadi, keamanan transaksi, serta kemampuan sistem dalam mencegah penyalahgunaan informasi pengguna. Bagi Generasi Z yang sangat dekat dengan teknologi digital, jaminan keamanan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan untuk terus menggunakan layanan *fintech* syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Susanto dan Amin (2020) yang berjudul *Customer Satisfaction and Trust in Islamic Financial Technology Services in Indonesia*, yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan, keamanan, dan nilai-nilai syariah berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna *fintech* syariah. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa keamanan sistem yang baik dapat

meningkatkan kenyamanan pengguna sehingga berdampak pada meningkatnya kepuasan pengguna layanan keuangan digital syariah.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Putri dan Hidayat (2022) yang berjudul *Pengaruh Persepsi Keamanan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Kepuasan Pengguna Fintech Syariah di Indonesia*. Penelitian tersebut menemukan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *fintech* syariah, sedangkan persepsi risiko memberikan pengaruh negatif. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keamanan merupakan salah satu faktor utama yang dipertimbangkan pengguna dalam menilai kualitas layanan *fintech* syariah.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Yusuf dan Fatimah (2023) yang berjudul *Peran Persepsi Keamanan dan Kepatuhan Syariah dalam Membangun Kepuasan Pengguna Layanan Fintech Syariah* yang menyatakan bahwa keamanan sistem dan kepatuhan terhadap prinsip syariah mampu meningkatkan rasa percaya dan kepuasan pengguna terhadap layanan *fintech* syariah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah di kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh.

2. Pengaruh Persepsi Privasi terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel Persepsi Privasi (X_2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,435 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai

tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik perlindungan privasi yang diberikan oleh penyedia layanan *fintech* syariah, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna. Perlindungan privasi berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menjaga kerahasiaan data pengguna, transparansi penggunaan informasi pribadi, serta perlindungan terhadap penyalahgunaan data.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurdin dan Ahmad (2020) yang berjudul *Trust, Privacy, and Satisfaction in Digital* Islam*ic Finance: Evidence from Indonesia*. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa privasi dan kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas pengguna layanan keuangan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan privasi menjadi salah satu faktor yang mampu meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan keuangan digital.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Rahmawati dan Lestari (2021) yang berjudul *Pengaruh Perlindungan Data dan Privasi terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna Fintech Syariah di Indonesia*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa perlindungan data dan transparansi privasi memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan dan kepuasan pengguna. Semakin baik pengelolaan data pribadi yang dilakukan oleh penyedia layanan, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan dan kepuasan pengguna.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dipahami bahwa privasi merupakan aspek yang sangat diperhatikan oleh pengguna *fintech* syariah, khususnya Generasi Z

yang memiliki tingkat kesadaran tinggi terhadap perlindungan data pribadi di era digital. Dengan demikian, persepsi privasi menjadi faktor penting yang berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pengguna *fintech* syariah di Kota Banda Aceh.

3. Pengaruh Persepsi Keamanan dan Persepsi Privasi terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa Persepsi Keamanan dan Persepsi Privasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,689 menunjukkan bahwa 68,9% variasi kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa keamanan dan privasi merupakan dua aspek yang saling melengkapi dalam membentuk kepuasan pengguna *fintech* syariah. Keamanan memberikan jaminan terhadap perlindungan transaksi dan sistem, sedangkan privasi memberikan kepastian bahwa data pribadi pengguna dikelola secara aman dan tidak disalahgunakan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Nurdin dan Ahmad (2020) yang berjudul *Trust, Privacy, and Satisfaction in Digital* Islam*ic Finance: Evidence from Indonesia*, yang menjelaskan bahwa perlindungan privasi mampu meningkatkan kepuasan pengguna melalui terbentuknya kepercayaan terhadap layanan keuangan digital syariah.

Selain itu, penelitian Susanto dan Amin (2020) yang berjudul *Customer Satisfaction and Trust in Islamic Financial Technology Services in Indonesia* juga menyatakan bahwa keamanan sistem menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pengguna *fintech* syariah. Kedua penelitian tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa keamanan dan privasi merupakan faktor yang tidak dapat dipisahkan dalam menciptakan kepuasan pengguna layanan *fintech* syariah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pengguna *fintech* syariah di kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi keamanan dan persepsi privasi, dengan persepsi privasi sebagai variabel yang memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan persepsi keamanan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pada era digital saat ini, terutama di kalangan Generasi Z yang memiliki tingkat pemanfaatan teknologi yang tinggi, keamanan dan privasi menjadi faktor penting dalam mengevaluasi kualitas layanan *fintech* syariah. Pengguna akan merasakan tingkat kepuasan yang lebih tinggi apabila layanan yang digunakan mampu menjamin keamanan transaksi keuangan serta melindungi kerahasiaan data pribadi mereka.

Tingginya tingkat kepuasan tersebut menunjukkan bahwa penyedia *fintech* syariah telah berhasil memenuhi ekspektasi pengguna terkait perlindungan sistem dan pengelolaan data pribadi. Oleh karena itu, penyelenggara *fintech* syariah perlu terus melakukan peningkatan terhadap sistem keamanan, memperkuat transparansi dalam pengelolaan data pengguna, serta memastikan kepatuhan

terhadap prinsip-prinsip syariah agar kepuasan pengguna dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan di masa yang akan datang.

BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh Persepsi Keamanan dan Persepsi Privasi terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Keamanan (X_1) terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna (Y). Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,273 dengan nilai t hitung sebesar 4,597 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik tingkat keamanan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan dalam menggunakan layanan *fintech* syariah.
2. Persepsi Privasi (X_2) juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,435, nilai t hitung sebesar 5,451, dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kondisi ini mengindikasikan bahwa perlindungan terhadap data pribadi dan kerahasiaan informasi pengguna menjadi salah satu faktor yang mampu meningkatkan kepuasan pengguna *fintech* syariah. Selain itu, variabel persepsi privasi memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan persepsi keamanan dalam memengaruhi kepuasan pengguna.
3. Persepsi Keamanan dan Persepsi Privasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah. Hasil uji

simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 107,650 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,689 mengindikasikan bahwa sebesar 68,9% perubahan tingkat kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 31,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan penyedia *fintech* syariah, perlu terus meningkatkan keamanan sistem dan perlindungan data pengguna agar kepercayaan serta kepuasan pengguna dapat dipertahankan dan ditingkatkan.
2. Bagi pengguna *fintech* syariah, disarankan untuk lebih memperhatikan keamanan akun dan menjaga kerahasiaan informasi pribadi guna meminimalkan risiko penyalahgunaan data.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pengguna, seperti kepercayaan, kualitas layanan, kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, maupun kepatuhan syariah sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif..

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abdullah, M. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.

Antonio, Muhammad Syafi'i. 2011. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Ascarya. 2021. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.

Azwar, Saifuddin. 2019. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Darmawan, Deni. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hardani, dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.

Huda, Nurul. 2020. *Keuangan Publik Islam: Pendekatan Teoretis dan Sejarah*. Jakarta: Kencana.

Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.

Jogiyanto. 2017. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.

Kasmir. 2018. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2020. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education.

Muhammad. 2019. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Noor, Juliansyah. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.

Nurdin, Ismail, & Hartati, Sri. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.

Nurdin, Ismail, dan Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.

Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Roadmap Pengembangan dan Penguatan Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2023–2027*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan. 2022. *Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*. Jakarta: OJK.

Otoritas Jasa Keuangan. 2023. *Statistik Fintech Lending Indonesia*. Jakarta: OJK.

Pavlou, Paul A. (2020). *Electronic Commerce Adoption and Consumer Behavior*. New York: McGraw-Hill.

Pavlou, Paul A. 2017. *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*. New York: Routledge.

Priansa, Donni Juni. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Putri, N. (2021). *Generasi Digital dalam Perspektif Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.

Puji Aryani. (2014). *Penilaian Keberkesanan Program Pendidikan Guru Praperkhidmatan Pengkhususan Pendidikan Ekonomi terhadap Kompetensi dan Sikap Positif Bakal Guru terhadap Profesion Keguruan*. Tesis yang dikemukakan untuk memperoleh Ijazah Doktor Falsafah. Bangi: Fakulti Pendidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia.

Rahayu, S., & Lubis, R. (2023). *Praktik Fintech Syariah di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.

Rahman, A., & Karim, M. (2021). *Ekonomi Digital Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Rahman, A., & Putri, S. (2021). *Perlindungan Data dan Keamanan Digital Syariah*. Jakarta: Kencana.

Rahmawati, D., & Lestari, S. (2021). *Keamanan Sistem Informasi dan Perlindungan Konsumen Digital*. Bandung: Alfabeta.

Rangkuti, Freddy. 2017. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Riduwan. (2020). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Rivai, Veithzal, & Veithzal, Andria Permata. (2019). *Islamic Financial Management*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Rizal, M., & Setiawan, A. (2022). *Akad dan Transaksi Digital dalam Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.

Sari, R. (2023). *Digital Literacy and Youth Behavior*. Bandung: Alfabeta.

Sarwono, Jonathan. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sekaran, Uma, & Bougie, Roger. (2020). *Research Methods for Business*. New York: John Wiley & Sons.

Siregar, Syofian. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Widarjono, Agus. (2020). *Ekonometrika: Pengantar dan Aplikasinya Disertai Panduan EViews*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Zeithaml, Valerie A., Bitner, Mary Jo, & Gremler, Dwayne D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill Education.

Artikel dalam Jurnal

Alnasser, S. A., & Alhussain, T. (2020). "*Perceived Security and User Trust in Fintech* Services." *International Journal of Digital Finance*.

Bhattacherjee, A. (2020). "*Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model*." *MIS Quarterly*.

Chen, & Zhang. (2021). "*Digital Privacy Behavior*." *Journal of Cyber Studies*.

Davis, F. D. (2021). "*User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts*." *International Journal of Man-Machine Studies*.

Fadilah, N. (2023). "*Digital Finance Preference Among Youth in Aceh*." *Jurnal Ekonomi* Islam.

Fauzi, Beik & Munandar. (2022). "Pengaruh *Perceived value* terhadap Kepuasan Pengguna." *Jurnal Ekonomi Syariah*.

Fauziah, S. (2023). Pengaruh literasi digital terhadap penggunaan *fintech* syariah di kalangan generasi muda. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Islam.

Hidayah, S., & Fajri, M. (2023). "Persepsi Keamanan, Kepercayaan, dan Loyalitas Pengguna *Fintech* Syariah." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*.

Hidayat, M., & Mulia, R. (2022). Persepsi keamanan, privasi, dan kepuasan pengguna *fintech* syariah. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*.

Irwansyah, M. (2021). Preferensi masyarakat terhadap layanan keuangan digital berbasis syariah di Aceh. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*.

Kim & Park. (2020). "*Interactive Marketing in Digital Systems*." *Journal of Interactive Marketing*.

Lee & Kim. (2023). "Aspek Privasi dalam Sistem Digital." *Journal of Information Technology*.

Mahfud, R. (2022). Analisis perilaku pengguna *fintech* syariah generasi Z. *Jurnal Bisnis Digital Syariah*.

Mahfud. (2022). "Analisis Faktor Keamanan pada Aplikasi Keuangan Syariah." *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*.

Nurdin, M., & Ahmad, S. (2020). "*Trust, Privacy, and Satisfaction in Digital Islamic Finance*." *Indonesian Journal of* Islam*ic Finance Research*.

Pavlou, P. A. (2019). "*Consumer Acceptance of Electronic Commerce*." *International Journal of Electronic Commerce*.

Putri, N., & Hidayat, R. (2022). "Pengaruh Persepsi Keamanan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*.

Rahmawati & Lestari. (2021). "Persepsi Keamanan dan Privasi dalam *Fintech* Digital." *Jurnal Perlindungan Konsumen Syariah*.

Rahmawati, R., et al. (2022). “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah.” *Jurnal Keuangan Syariah*.

Safitri, D., & Suhud, U. (2023). Keamanan data dan tingkat penggunaan aplikasi keuangan digital. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*.

Wicaksono, A. (2023). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna *fintech* syariah. *Jurnal Ekonomi Digital*.

Peraturan dan Undang-Undang

Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). (2021). *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*. Jakarta: DSN-MUI.

Fatwa DSN–MUI No. 117/DSN–MUI/II/2018 tentang *Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah.*

Ketentuan akad syariah dalam *fintech* (murabahah, mudharabah, musyarakah, ijarah) sesuai Fatwa DSN–MUI 2018.

Kewajiban Dewan Pengawas Syariah (DPS) pada setiap lembaga *fintech* syariah.

Kewajiban perlindungan data pribadi dan keamanan siber dalam UU PDP & POJK 10/2022.

Laporan Perkembangan *Fintech* Syariah – Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2021).

Laporan Perkembangan Keuangan Syariah – Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). *Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan*. Jakarta: OJK.

POJK No. 10/POJK.05/2022 tentang *Layanan Pendanaan Berbasis Teknologi Informasi.*

POJK No. 12/POJK.01/2021 tentang *Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan.*

Statistik Inklusi Keuangan dan Pengguna *Fintech* – OJK (2023).

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU ITE.

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP).

Lampiran 1. Kuesioner

Kepada Yth.

Saudara/i

Di –

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaratuh

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rauzatul Jannah

NPM : 2205190012

Prodi : Perbankan Syariah

Dengan hormat, saya memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisioner ini guna kepentingan penelitian dengan judul:

ANALISIS DAMPAK PERSEPSI KEAMANAN DAN PRIVASI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA *FINTECH* SYARIAH DI KALANGAN GENERASI Z BANDA ACEH

Kuesioner ini disusun dalam rangka penelitian ilmiah untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian skripsi. Sehubungan dengan hal tersebut, Saudara/i diminta untuk memberikan jawaban dengan memberikan tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan kondisi dan pengalaman yang sebenarnya.

Seluruh informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kesediaan dan kejujuran Saudara/i dalam memberikan jawaban agar hasil penelitian ini dapat diperoleh secara akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Atas partisipasi dan kesediaan Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih.

1. Identitas Responden
   a. Usia

      ☐ 17–20 tahun
      ☐ 21–24 tahun
      ☐ 25–27 tahun

   b. Jenis Kelamin:
      ☐ Laki-laki
      ☐ Perempuan

   c. Pendidikan
      ☐ Siswa/Sederajat
      ☐ Mahasiswa
      ☐ Yang Lain

   d. Lama penggunaan:
      ☐ < 6 bulan
      ☐ 6 – 12 bulan
      ☐ > 1 tahun

2. Petunjuk Pengisian

   Berikan jawaban sesuai dengan pendapat Anda.

   Skala Likert:

   1 = Sangat Tidak Setuju

   2 = Tidak Setuju

   3 = Netral

   4 = Setuju

   5 = Sangat Setuju

A. Persepsi Keamanan (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa transaksi pada *fintech* syariah aman dari risiko penipuan.					
2	Sistem pembayaran dalam aplikasi *fintech* syariah terlindungi dengan baik.					
3	Data pribadi saya terlindungi saat menggunakan *fintech* syariah.					
4	Saya percaya data saya tidak disalahgunakan oleh pihak penyedia layanan.					
5	Aplikasi *fintech* syariah jarang mengalami gangguan/error.					
6	Sistem *fintech* syariah bekerja secara stabil dan dapat diandalkan.					
7	Kebijakan privasi disampaikan dengan jelas oleh penyedia layanan.					
8	Saya memahami bagaimana data saya digunakan oleh aplikasi *fintech* syariah.					
9	Informasi layanan disampaikan secara terbuka dan jujur.					
10	Tidak ada informasi yang disembunyikan terkait layanan *fintech* syariah.					
11	Saya percaya pada kredibilitas penyedia *fintech* syariah.					
12	Saya merasa aman menggunakan layanan *fintech* syariah secara rutin.					

B. Persepsi Privasi (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya khawatir data pribadi saya dapat bocor saat menggunakan *fintech*.					
2	Saya merasa data pribadi saya rentan disalahgunakan.					
3	Saya memiliki kendali atas data pribadi saya di aplikasi *fintech* syariah.					
4	Saya dapat mengatur penggunaan data pribadi saya dengan mudah.					
5	Aplikasi *fintech* syariah menjelaskan bagaimana data pengguna digunakan.					
6	Penggunaan data pribadi oleh aplikasi *fintech* syariah disampaikan secara transparan kepada pengguna.					
7	*Fintech* syariah mematuhi aturan perlindungan data yang berlaku.					

8	Saya yakin layanan ini sesuai dengan regulasi dan prinsip syariah terkait privasi.					

C. Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Aplikasi *fintech* syariah mudah digunakan.					
2	Fitur dalam aplikasi *fintech* syariah mudah dipahami.					
3	Transaksi diproses dengan cepat.					
4	Layanan responsif ketika dibutuhkan.					
5	Saya puas dengan keamanan data dalam aplikasi *fintech* syariah.					
6	Layanan *fintech* syariah sesuai dengan prinsip syariah.					
7	Saya merasa tenang menggunakan layanan karena berbasis syariah.					
8	Saya memiliki niat untuk tetap menggunakan layanan *fintech* syariah di masa yang akan datang.					
9	Saya merekomendasikan penggunaan *fintech* syariah kepada orang lain, seperti melalui saran langsung atau berbagi pengalaman.					

Lampiran 2. Tabulasi Data

No	Persepsi Keamanan (X_1)												Persepsi Privasi (X_2)								Kepuasan Pengguna (Y)								
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X.12	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9
Responden 1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 6	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Responden 7	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
Responden 8	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
Responden 9	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
Responden 10	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
Responden 11	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
Responden 12	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5
Responden 13	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
Responden 14	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
Responden 15	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5

Responden 16	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	3	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
Responden 17	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
Responden 18	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Responden 19	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 20	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
Responden 21	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
Responden 22	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
Responden 23	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
Responden 24	5	4	4	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5
Responden 25	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
Responden 26	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5
Responden 27	5	4	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
Responden 28	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
Responden 29	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
Responden 30	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
Responden 31	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
Responden 32	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5

Responden 33	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
Responden 34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Responden 35	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 36	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4
Responden 37	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 38	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 39	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
Responden 40	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
Responden 41	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Responden 42	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
Responden 43	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
Responden 44	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4
Responden 45	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 46	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
Responden 47	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
Responden 48	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
Responden 49	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4

Responden 50	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
Responden 51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4
Responden 52	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 53	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 54	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 57	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 58	3	4	4	3	3	2	3	2	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 59	3	4	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 61	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 62	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 63	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3
Responden 64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 65	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5
Responden 66	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Responden 67	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 68	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 69	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4
Responden 70	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
Responden 71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 72	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 74	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 76	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 78	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
Responden 80	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 82	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
Responden 83	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5

Responden 84	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 85	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 86	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 87	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 88	5	5	3	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 89	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 90	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 91	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 92	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 93	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 94	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 95	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 96	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 97	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 98	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5
Responden 99	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5
Responden 100	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5

Lampiran 3. Output SPSS

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	17-20	25	25,0	25,0	25,0
	21-24	50	50,0	50,0	75,0
	25-27	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	35	35,0	35,0	35,0
	PEREMPUAN	65	65,0	65,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SISWA	15	15,0	15,0	15,0
	MAHASISWA	60	60,0	60,0	75,0
	LAINNYA	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 6 bulan	60	60,0	60,0	60,0
	6-12 BULAN	19	19,0	19,0	79,0
	> 1 tahun	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 3. Output SPSS

Analisis Deskriptif

Statistics								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4,64	4,49	4,32	4,43	4,37	4,51	4,70
Std. Deviation		,628	,522	,649	,607	,630	,628	,541

Statistics								
		X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X2.1	X2.2
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4,62	4,56	4,45	4,63	4,59	3,77	3,79
Std. Deviation		,663	,592	,575	,544	,534	,863	,820

Statistics								
		X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Y1
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4,26	4,33	4,57	4,55	4,53	4,57	4,57
Std. Deviation		,691	,620	,573	,557	,577	,517	,537

Statistics								
		Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4,63	4,69	4,54	4,59	4,68	4,55	4,53
Std. Deviation		,506	,486	,521	,534	,490	,520	,502

Statistics		
		Y9
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		4,73
Std. Deviation		,468

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	8,0	8,0	8,0
	S	20	20,0	20,0	28,0
	SS	72	72,0	72,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	1,0	1,0	1,0
	S	49	49,0	49,0	50,0
	SS	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	10,0	10,0	10,0
	S	48	48,0	48,0	58,0
	SS	42	42,0	42,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	6,0	6,0	6,0
	S	45	45,0	45,0	51,0
	SS	49	49,0	49,0	100,0

	Total	100	100,0	100,0	

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	8,0	8,0	8,0
	S	47	47,0	47,0	55,0
	SS	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	**TS**	1	1,0	1,0	1,0
	N	4	4,0	4,0	5,0
	S	38	38,0	38,0	43,0
	SS	57	57,0	57,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	4,0	4,0	4,0
	S	22	22,0	22,0	26,0
	SS	74	74,0	74,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	N	7	7,0	7,0	8,0
	S	21	21,0	21,0	29,0
	SS	71	71,0	71,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	5,0	5,0	5,0
	S	34	34,0	34,0	39,0
	SS	61	61,0	61,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	4,0	4,0	4,0
	S	47	47,0	47,0	51,0
	SS	49	49,0	49,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.11					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	3	3,0	3,0	3,0
	S	31	31,0	31,0	34,0
	SS	66	66,0	66,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.12					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	2,0	2,0	2,0
	S	37	37,0	37,0	39,0
	SS	61	61,0	61,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,0	3,0	3,0
	N	42	42,0	42,0	45,0
	S	30	30,0	30,0	75,0

	SS	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	N	40	40,0	40,0	42,0
	S	35	35,0	35,0	77,0
	SS	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	14	14,0	14,0	14,0
	S	46	46,0	46,0	60,0
	SS	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	8,0	8,0	8,0
	S	51	51,0	51,0	59,0
	SS	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	4,0	4,0	4,0
	S	35	35,0	35,0	39,0
	SS	61	61,0	61,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	3	3,0	3,0	3,0
	S	39	39,0	39,0	42,0
	SS	58	58,0	58,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	4,0	4,0	4,0
	S	39	39,0	39,0	43,0
	SS	57	57,0	57,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	1,0	1,0	1,0
	S	41	41,0	41,0	42,0
	SS	58	58,0	58,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	2,0	2,0	2,0
	S	39	39,0	39,0	41,0
	SS	59	59,0	59,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	1,0	1,0	1,0
	S	35	35,0	35,0	36,0
	SS	64	64,0	64,0	100,0

	Total	100	100,0	100,0	

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	1,0	1,0	1,0
	S	29	29,0	29,0	30,0
	SS	70	70,0	70,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	1,0	1,0	1,0
	S	44	44,0	44,0	45,0
	SS	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	2,0	2,0	2,0
	S	37	37,0	37,0	39,0
	SS	61	61,0	61,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	1,0	1,0	1,0
	S	30	30,0	30,0	31,0
	SS	69	69,0	69,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	1,0	1,0	1,0

	S	43	43,0	43,0	44,0
	SS	56	56,0	56,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	47	47,0	47,0	47,0
	SS	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	1,0	1,0	1,0
	S	25	25,0	25,0	26,0
	SS	74	74,0	74,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Uji Validitas Persepsi Keamanan (x_1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9
X1.1	Pearson Correlation	1	,482**	,285**	,489**	,544**	,471**	,630**	,638**	,385**
	Sig. (2-tailed)		,000	,004	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,482**	1	,248*	,380**	,457**	,370**	,454**	,485**	,640**
	Sig. (2-tailed)	,000		,013	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,285**	,248*	1	,211*	,201*	,215*	,276**	,332**	,344**
	Sig. (2-tailed)	,004	,013		,035	,045	,032	,005	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,489**	,380**	,211*	1	,451**	,505**	,489**	,435**	,279**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,035		,000	,000	,000	,000	,005
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,544**	,457**	,201*	,451**	1	,284**	,566**	,461**	,495**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,045	,000		,004	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X1.6	Pearson Correlation	,471**	,370**	,215*	,505**	,284**	1	,514**	,616**	,257**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,032	,000	,004		,000	,000	,010
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	,630**	,454**	,276**	,489**	,566**	,514**	1	,777**	,499**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,005	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	,638**	,485**	,332**	,435**	,461**	,616**	,777**	1	,393**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	,385**	,640**	,344**	,279**	,495**	,257**	,499**	,393**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,005	,000	,010	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	,229*	-,035	,206*	,453**	,093	,337**	,276**	,135	,143
	Sig. (2-tailed)	,022	,727	,040	,000	,356	,001	,005	,180	,157
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.11	Pearson Correlation	,434**	,147	,224*	,456**	,197*	,677**	,408**	,502**	,274**
	Sig. (2-tailed)	,000	,145	,025	,000	,049	,000	,000	,000	,006
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.12	Pearson Correlation	,490**	,366**	,208*	,363**	,366**	,329**	,584**	,440**	,415**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,038	,000	,000	,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,767**	,622**	,481**	,693**	,647**	,703**	,811**	,786**	,639**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Uji Validitas Persepsi Keamanan (x_1)

Correlations

		X1.10	X1.11	X1.12	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	,229*	,434**	,490**	,767**
	Sig. (2-tailed)	,022	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	-,035	,147	,366**	,622**
	Sig. (2-tailed)	,727	,145	,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,206*	,224*	,208*	,481**
	Sig. (2-tailed)	,040	,025	,038	,000
	N	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,453**	,456**	,363**	,693**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,093	,197*	,366**	,647**
	Sig. (2-tailed)	,356	,049	,000	,000

	N	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,337**	,677**	,329**	,703**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	,276**	,408**	,584**	,811**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	,135	,502**	,440**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,180	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	,143	,274**	,415**	,639**
	Sig. (2-tailed)	,157	,006	,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	1	,473**	,541**	,476**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.11	Pearson Correlation	,473**	1	,446**	,654**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.12	Pearson Correlation	,541**	,446**	1	,684**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,476**	,654**	,684**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Persepsi Privasi (X_2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
X2.1	Pearson Correlation	1	,573**	,474**	,332**	,104	,140
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,301	,166
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,573**	1	,490**	,296**	,193	,255*
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,003	,055	,010
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,474**	,490**	1	,528**	,438**	,412**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,332**	,296**	,528**	1	,318**	,317**
	Sig. (2-tailed)	,001	,003	,000		,001	,001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,104	,193	,438**	,318**	1	,685**
	Sig. (2-tailed)	,301	,055	,000	,001		,000

	N	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,140	,255*	,412**	,317**	,685**	1
	Sig. (2-tailed)	,166	,010	,000	,001	,000	
	N	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	,187	,259**	,386**	,410**	,574**	,687**
	Sig. (2-tailed)	,063	,009	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	,070	,190	,316**	,352**	,596**	,513**
	Sig. (2-tailed)	,487	,059	,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,613**	,667**	,769**	,654**	,668**	,691**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100

Uji Validitas Persepsi Privasi (X_2)

Correlations

		X2.7	X2.8	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	,187	,070	,613**
	Sig. (2-tailed)	,063	,487	,000
	N	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,259**	,190	,667**
	Sig. (2-tailed)	,009	,059	,000
	N	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,386**	,316**	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000
	N	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,410**	,352**	,654**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,574**	,596**	,668**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,687**	,513**	,691**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	1	,602**	,711**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	,602**	1	,612**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,711**	,612**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Kepuasan Pengguna (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
Y1	Pearson Correlation	1	,413**	,452**	,297**	,472**	,509**	,205*
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,003	,000	,000	,041
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,413**	1	,638**	,229*	,405**	,537**	,167
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,022	,000	,000	,096
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,452**	,638**	1	,349**	,518**	,640**	,442**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,297**	,229*	,349**	1	,260**	,328**	,683**
	Sig. (2-tailed)	,003	,022	,000		,009	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,472**	,405**	,518**	,260**	1	,652**	,311**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,009		,000	,002
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,509**	,537**	,640**	,328**	,652**	1	,460**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	,205*	,167	,442**	,683**	,311**	,460**	1
	Sig. (2-tailed)	,041	,096	,000	,000	,002	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	,067	,184	,391**	,595**	,254*	,286**	,769**
	Sig. (2-tailed)	,507	,067	,000	,000	,011	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	,498**	,384**	,605**	,480**	,604**	,588**	,409**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,626**	,626**	,794**	,673**	,712**	,792**	,707**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100

Uji Validitas Kepuasan Pengguna (Y)

Correlations

		Y8	Y9	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	,067	,498**	,626**
	Sig. (2-tailed)	,507	,000	,000
	N	100	100	100

Y2	Pearson Correlation	,184	,384**	,626**
	Sig. (2-tailed)	,067	,000	,000
	N	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,391**	,605**	,794**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,595**	,480**	,673**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,254*	,604**	,712**
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,000
	N	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,286**	,588**	,792**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,000
	N	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	,769**	,409**	,707**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	1	,271**	,607**
	Sig. (2-tailed)		,006	,000
	N	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	,271**	1	,763**
	Sig. (2-tailed)	,006		,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,607**	,763**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 3. *Output* SPSS

Uji Reliabiliti Persepsi Keamanan (X_1)

Reliability Statistics X_1

Cronbach's Alpha	N of Items
,883	12

Uji Reliabiliti Persepsi Privasi (X_2)

Reliability Statistics

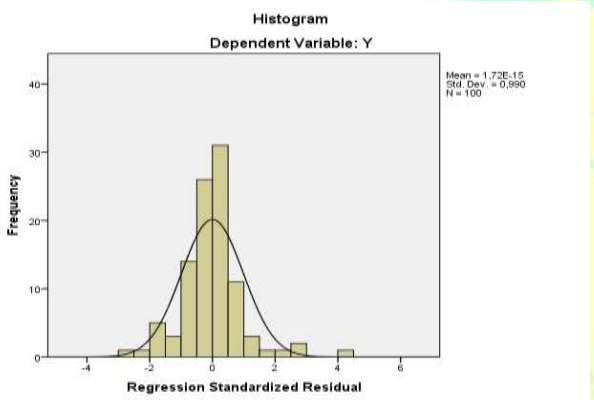
Cronbach's Alpha	N of Items
,816	8

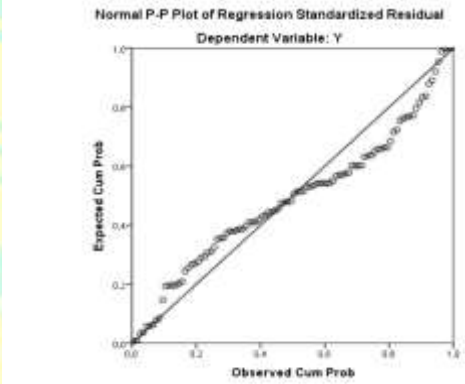
Uji Reliabiliti Kepuasan Pengguna(Y)

Reliability Statistics

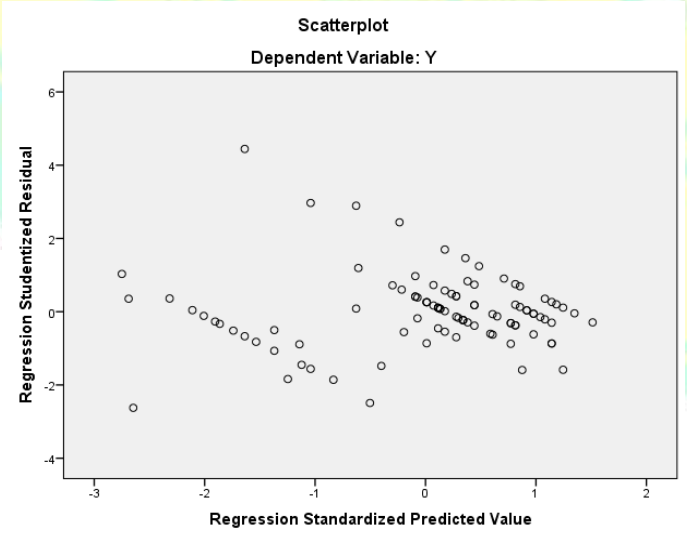
Cronbach's Alpha	N of Items
,868	9

Normalitas Data





Heteroskedastisitas



Lampiran 3 *output* SPSS

Uji Multikolinearitasi, Model Regresi dan uji t

Coefficients[a]

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*			*Collinearity Statistics*	
		B	*Std. Error*	*Beta*	*t*	*Sig.*	*Tolerance*	VIF
1	(*Constant*)	11,735	2,100		5,588	,000		
	X1	,273	,059	,404	4,597	,000	,414	2,414
	X2	,435	,080	,479	5,451	,000	,414	2,414

Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	692,841	2	346,421	107,650	,000[b]
	Residual	312,149	97	3,218		
	Total	1004,990	99			

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the Estimate*	Durbin-Watson
1	,830[a]	,689	,683	1,794	1,534

NILAI F TABEL

DF 1						
DF 2	1	2	3	4	5	6
1	161,446	199,499	215,707	224,583	230,160	233,988
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,329
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,688	3,581
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,319
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286

DF						
DF 2	1	2	3	4	5	6
51	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286
52	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283
53	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279
54	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275
55	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272
56	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269
57	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266
58	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263
59	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260
60	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257
61	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254
62	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251
63	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249
64	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246
65	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244
66	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242
67	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239
68	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237
69	3,982	3,132	2,739	2,507	2,350	2,235
70	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233
71	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231
72	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229
73	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227
74	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226
75	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224
76	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222
77	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220
78	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219
79	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217
80	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216
81	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214
82	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213
83	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211
84	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210
85	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209
86	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207
87	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206
88	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205
89	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203
90	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202
91	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191

NILAI T TABEL

df	0.5	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01	0.002
1	100.000	307.768	631.375	1.270.620	3.182.052	6.365.674	31.830.884
2	0.8165	188.562	291.999	430.265	696.456	992.484	2.232.712
3	0.76489	163.774	235.336	318.245	454.070	584.091	1.021.453
4	0.7407	153.321	213.185	277.645	374.695	460.409	717.318
5	0.72669	147.588	201.505	257.058	336.493	403.214	589.343
6	0.71756	143.976	194.318	244.691	314.267	370.743	520.763
7	0.71114	141.492	189.458	236.462	299.795	349.948	478.529
8	0.70639	139.682	185.955	230.600	289.646	335.539	450.079
9	0.70272	138.303	183.311	226.216	282.144	324.984	429.681
10	0.69981	137.218	181.246	222.814	276.377	316.927	414.370
11	0.69745	136.343	179.588	220.099	271.808	310.581	402.470
12	0.69548	135.622	178.229	217.881	268.100	305.454	392.963
13	0.69383	135.017	177.093	216.037	265.031	301.228	385.198
14	0.69242	134.503	176.131	214.479	262.449	297.684	378.739
15	0.6912	134.061	175.305	213.145	260.248	294.671	373.283
16	0.69013	133.676	174.588	211.991	258.349	292.078	368.615
17	0.6892	133.338	173.961	210.982	256.693	289.823	364.577
18	0.68836	133.039	173.406	210.092	255.238	287.844	361.048
19	0.68762	132.773	172.913	209.302	253.948	286.093	357.940
20	0.68695	132.534	172.472	208.596	252.798	284.534	355.181
21	0.68635	132.319	172.074	207.961	251.765	283.136	352.715
22	0.68581	132.124	171.714	207.387	250.832	281.876	350.499
23	0.68531	131.946	171.387	206.866	249.987	280.734	348.496
24	0.68485	131.784	171.088	206.390	249.216	279.694	346.678
25	0.68443	131.635	170.814	205.954	248.511	278.744	345.019
26	0.68404	131.497	170.562	205.553	247.863	277.871	343.500
27	0.68368	131.370	170.329	205.183	247.266	277.068	342.103
28	0.68335	131.253	170.113	204.841	246.714	276.326	340.816
29	0.68304	131.143	169.913	204.523	246.202	275.639	339.624
30	0.68276	131.042	169.726	204.227	245.726	275.000	338.518
31	0.68249	130.946	169.552	203.951	245.282	274.404	337.490
32	0.68223	130.857	169.389	203.693	244.868	273.848	336.531
33	0.682	130.774	169.236	203.452	244.479	273.328	335.634
34	0.68177	130.695	169.092	203.224	244.115	272.839	334.793
35	0.68156	130.621	168.957	203.011	243.772	272.381	334.005
36	0.68137	130.551	168.830	202.809	243.449	271.948	333.262
37	0.68118	130.485	168.709	202.619	243.145	271.541	332.563
38	0.681	130.423	168.595	202.439	242.857	271.156	331.903
39	0.68083	130.364	168.488	202.269	242.584	270.791	331.279
40	0.68067	130.308	168.385	202.108	242.326	270.446	330.688
41	0.68052	130.254	168.288	201.954	242.080	270.118	330.127
42	0.68038	130.204	168.195	201.808	241.847	269.807	329.595
43	0.68024	130.155	168.107	201.669	241.625	269.510	329.089
44	0.68011	130.109	168.023	201.537	241.413	269.228	328.607
45	0.67998	130.065	167.943	201.410	241.212	268.959	328.148
46	0.67986	130.023	167.866	201.290	241.019	268.701	327.710
47	0.67975	129.982	167.793	201.174	240.835	268.456	327.291
48	0.67964	129.944	167.722	201.063	240.658	268.220	326.891
49	0.67953	129.907	167.655	200.958	240.489	267.995	326.508
50	0.67943	129.871	167.591	200.856	240.327	267.779	326.141

df	0.5	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01	0.002
51	0.6793	129.837	167.528	200.758	240.172	267.572	325.789
52	0.6792	129.805	167.469	200.665	240.022	267.373	325.451
53	0.6792	129.773	167.412	200.575	239.879	267.182	325.127
54	0.6791	129.743	167.356	200.488	239.741	266.998	324.815
55	0.679	129.713	167.303	200.404	239.608	266.822	324.515
56	0.6789	129.685	167.252	200.324	239.480	266.651	324.226
57	0.6788	129.658	167.203	200.247	239.357	266.487	323.948
58	0.6787	129.632	167.155	200.172	239.238	266.329	323.680
59	0.6787	129.607	167.109	200.100	239.123	266.176	323.421
60	0.6786	129.582	167.065	200.030	239.012	266.028	323.171
61	0.6785	129.558	167.022	199.962	238.905	265.886	322.930
62	0.6785	129.536	166.980	199.897	238.801	265.748	322.696
63	0.6784	129.513	166.940	199.834	238.701	265.615	322.471
64	0.6783	129.492	166.901	199.773	238.604	265.485	322.253
65	0.6783	129.471	166.864	199.714	238.510	265.360	322.041
66	0.6782	129.451	166.827	199.656	238.419	265.239	321.837
67	0.6782	129.432	166.792	199.601	238.330	265.122	321.639
68	0.6781	129.413	166.757	199.547	238.245	265.008	321.446
69	0.6781	129.394	166.724	199.495	238.161	264.898	321.260
70	0.678	129.376	166.691	199.444	238.081	264.790	321.079
71	0.678	129.359	166.660	199.394	238.002	264.686	320.903
72	0.6779	129.342	166.629	199.346	237.926	264.585	320.733
73	0.6779	129.326	166.600	199.300	237.852	264.487	320.567
74	0.6778	129.310	166.571	199.254	237.780	264.391	320.406
75	0.6778	129.294	166.543	199.210	237.710	264.298	320.249
76	0.6777	129.279	166.515	199.167	237.642	264.208	320.096
77	0.6777	129.264	166.488	199.125	237.576	264.120	319.948
78	0.6777	129.250	166.462	199.085	237.511	264.034	319.804
79	0.6776	129.236	166.437	199.045	237.448	263.950	319.663
80	0.6776	129.222	166.412	199.006	237.387	263.869	319.526
81	0.6775	129.209	166.388	198.969	237.327	263.790	319.392
82	0.6775	129.196	166.365	198.932	237.269	263.712	319.262
83	0.6775	129.183	166.342	198.896	237.212	263.637	319.135
84	0.6774	129.171	166.320	198.861	237.156	263.563	319.011
85	0.6774	129.159	166.298	198.827	237.102	263.491	318.890
86	0.6774	129.147	166.277	198.793	237.049	263.421	318.772
87	0.6773	129.136	166.256	198.761	236.998	263.353	318.657
88	0.6773	129.125	166.235	198.729	236.947	263.286	318.544
89	0.6773	129.114	166.216	198.698	236.898	263.220	318.434
90	0.6772	129.103	166.196	198.667	236.850	263.157	318.327
91	0.6772	129.092	166.177	198.638	236.803	263.094	318.222
92	0.6772	129.082	166.159	198.609	236.757	263.033	318.119
93	0.6771	129.072	166.140	198.580	236.712	262.973	318.019
94	0.6771	129.062	166.123	198.552	236.667	262.915	317.921
95	0.6771	129.053	166.105	198.525	236.624	262.858	317.825
96	0.6771	129.043	166.088	198.498	236.582	262.802	317.731
97	0.677	129.034	166.071	198.472	236.541	262.747	317.639
98	0.677	129.025	166.055	198.447	236.500	262.693	317.549
99	0.677	129.016	166.039	198.422	236.461	262.641	317.460
100	0.677	129.007	166.023	198.397	236.422	262.589	317.374

NILAI R Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	10.000
2	0.9	0.95	0.98	0.99	0.999
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.847
10	0.4973	0.576	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.801
12	0.4575	0.5324	0.612	0.6614	0.78
13	0.4409	0.514	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.588
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.579
28	0.3061	0.361	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.355	0.4158	0.4556	0.562
30	0.296	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.344	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.381	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.376	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.316	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.312	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.495
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.294	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.342	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.361	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.428
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.421
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.411
60	0.2108	0.25	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.248	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.288	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.315	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.306	0.385
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.194	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.27	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.263	0.29	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.283	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.255	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.252	0.278	0.3507
84	0.1786	0.212	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.343
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.205	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.168	0.1996	0.2359	0.2604	0.329
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.254	0.3211

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
(STATUS TERAKREDITASI)
Jalan Muhammadiyah No. 91 Batoh Lueng Bata Email : fai.tarbiyah@unmuha.ac.id
BANDA ACEH 23245

SURAT KEPUTUSAN

Nomor : 1200/UM.M5/Q/FAI/2025

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh,

Menimbang:
a. Bahwa untuk kelancaran ujian-ujian Skripsi pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi mahasiswa yang bersangkutan;
b. Yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan pembimbing Skripsi.

Mengingat :
1. Keputusan Dirjen Pendidikan Islam Kementerian Agama RI No. 2013 Tahun 2016 Tanggal 11 April 2016;
2. Keputusan Lembaga Akreditasi Mandiri Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (LAMEMBA) No. 1353/DE/A.5/AR.10/VII/2024
3. Keputusan Tim Pengesahan Proposal Skripsi Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh Tanggal 20 Desember 2025

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : 1. Menunjuk saudara :
1. **Susi Wardani, S.H.I., M.Ag.**
   Sebagai Pembimbing I.
2. **Harisna Rais, S.H.I., M.E.I.**
   Sebagai Pembimbing II.

Untuk membimbing Skripsi :

N A M A	:	Rauzatul Jannah
N P M	:	2205190012
J U R U S A N	:	Perbankan Syariah
J U D U L	:	Analisis Dampak Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna *Fintech* Syariah di Kalangan Generasi Z Banda Aceh

2. Kepada Pembimbing yang tercantum namanya diberikan honorarium menurut peraturan yang berlaku;
3. Surat Keputusan ini hanya berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan.
4. Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali sebagaimana mestinya apabila terdapat kekeliruan kemudian hari.

Ditetapkan di : Banda Aceh.
Pada Tanggal : 23 Desember 2025

Dr. Rosidarwati, S.Ag., M.A.

Tembusan :
1. Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Koordinator Kopertais Wilayah V Aceh.
3. Mahasiswa Yang bersangkutan.
4. Arsip.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Rauzatul Jannah
2. Tempat / Tanggal Lahir : Snb Teungoh, 26 Juli 2003
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Kebangsaan /Suku : Indonesia
6. Email : *raudaht54@gmail.com*
7. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
8. Alamat : Dusun Antara, Desa Seuneubok Teungoh, Kec. Idi Timur, Kab. Aceh Timur
9. Nama orang tua
   a. Ayah : Juffriadi
   b. Pekerjaan : Petani
   c. Ibu : Ramadhan
   d. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
10. Alamat : Dusun Antara, Desa Seuneubok Teungoh, Kec. Idi Timur, Kab. Aceh Timur
11. Riwayat Pendidikan
    a. SDN 2 Idi Timur 2009 Lulus Tahun 2015
    b. SMPN 2 Idi Timur 2015 Lulus Tahun 2018
    c. SMAN 1 Idi Rayeuk 2018 Lulus Tahun 2021
    d. Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh Tahun 2026

Banda Aceh, 08 Agustus 2026
Penulis

Rauzatul Jannah