



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH *PERCEIVED RISK, WORD OF MOUTH (WOM)* DAN
LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI
DANA SEBAGAI PEMBAYARAN DIGITAL PADA GENERASI Z KOTA
PEKANBARU MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**



Oleh:

FEBRI SARIFAN KUSWARA

12070116679

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2025



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN SUSKA Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

SENTRAL

PROGRAM STUDI

FAKULTAS

SEMESTER

JUDUL

KARYA

TULIS

SEMESTER

AKHIR

TAHUN

2018

AKHIR

TAHUN

2019

AKHIR

TAHUN

2020

AKHIR

TAHUN

2021

AKHIR

TAHUN

2022

AKHIR

TAHUN

2023

AKHIR

TAHUN

2024

AKHIR

TAHUN

2025

AKHIR

TAHUN

2026

AKHIR

TAHUN

2027

AKHIR

TAHUN

2028

AKHIR

TAHUN

2029

AKHIR

TAHUN

2030

AKHIR

TAHUN

2031

AKHIR

TAHUN

2032

AKHIR

TAHUN

2033

AKHIR

TAHUN

2034

AKHIR

TAHUN

2035

AKHIR

TAHUN

2036

AKHIR

TAHUN

2037

AKHIR

TAHUN

2038

AKHIR

TAHUN

2039

AKHIR

TAHUN

2040

AKHIR

TAHUN

2041

AKHIR

TAHUN

2042

AKHIR

TAHUN

2043

AKHIR

TAHUN

2044

AKHIR

TAHUN

2045

AKHIR

TAHUN

2046

AKHIR

TAHUN

2047

AKHIR

TAHUN

2048

AKHIR

TAHUN

2049

AKHIR

TAHUN

2050

AKHIR

TAHUN

2051

AKHIR

TAHUN

2052

AKHIR

TAHUN

2053

AKHIR

TAHUN

2054

AKHIR

TAHUN

2055

AKHIR

TAHUN

2056

AKHIR

TAHUN

2057

AKHIR

TAHUN

2058

AKHIR

TAHUN

2059

AKHIR

TAHUN

2060

AKHIR

TAHUN

2061

AKHIR

TAHUN

2062

AKHIR

TAHUN

2063

AKHIR

TAHUN

2064

AKHIR

TAHUN

2065

AKHIR

TAHUN

2066

AKHIR

TAHUN

2067

AKHIR

TAHUN

2068

AKHIR

TAHUN

2069

AKHIR

TAHUN

2070

AKHIR

TAHUN

2071

AKHIR

TAHUN

2072

AKHIR

TAHUN

2073

AKHIR

TAHUN

2074

AKHIR

TAHUN

2075

AKHIR

TAHUN

2076

AKHIR

TAHUN

2077

AKHIR

TAHUN

2078

AKHIR

TAHUN

2079

AKHIR

TAHUN

2080

AKHIR

TAHUN

2081

AKHIR

TAHUN

2082

AKHIR

TAHUN

2083

AKHIR

TAHUN

2084

AKHIR

TAHUN

2085

AKHIR

TAHUN

2086

AKHIR

TAHUN

2087

AKHIR

TAHUN

2088

AKHIR

TAHUN

2089

AKHIR

TAHUN

2090

AKHIR

TAHUN

2091

AKHIR

TAHUN

2092

AKHIR

TAHUN

2093

AKHIR

TAHUN

2094

AKHIR

TAHUN

2095

AKHIR

TAHUN

2096

AKHIR

TAHUN

2097

AKHIR

TAHUN

2098

AKHIR

TAHUN

2099

AKHIR

TAHUN

2100

AKHIR

TAHUN

2101

AKHIR

TAHUN

2102

AKHIR

TAHUN

2103

AKHIR

TAHUN

2104

AKHIR

TAHUN

2105

AKHIR

TAHUN

2106

AKHIR

TAHUN

2107

AKHIR

TAHUN

2108

AKHIR

TAHUN

2109

AKHIR

TAHUN

2110

AKHIR

TAHUN

2111

AKHIR

TAHUN</



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
Nama Mahasiswa: Febri Sarifan Kuswara
NIM: 12070116679
Program Studi: S1 Manajemen
Jurusan: Ekonomi dan Ilmu Sosial

Ujian Tugas Akhir
Ketua: Dr. Khairunsyah Purba, S.Sos., M.Si
NIP. 19781025 200604 1 002
Sekretaris: Meri Sandora, S.E., M.M
NIK. 19790505 200710 2 001

Ketua: Pengajar: Pengawas:
Febri Sarifan Kuswara, S.E., M.M
NIP. 19750216 201411 1 001
Pengajar: Pengawas:
M. Rachmadi, S.E., M.M
NIP. 196905052023211005

Ketua: Pengajar: Pengawas:
Ferizal Rachmad, S.E., M.M
NIP. 19750216 201411 1 001
Pengajar: Pengawas:
M. Rachmadi, S.E., M.M
NIP. 196905052023211005

Ketua: Pengajar: Pengawas:
Ferizal Rachmad, S.E., M.M
NIP. 19750216 201411 1 001
Pengajar: Pengawas:
M. Rachmadi, S.E., M.M
NIP. 196905052023211005

Ketua: Pengajar: Pengawas:
Ferizal Rachmad, S.E., M.M
NIP. 19750216 201411 1 001
Pengajar: Pengawas:
M. Rachmadi, S.E., M.M
NIP. 196905052023211005

Ketua: Pengajar: Pengawas:
Ferizal Rachmad, S.E., M.M
NIP. 19750216 201411 1 001
Pengajar: Pengawas:
M. Rachmadi, S.E., M.M
NIP. 196905052023211005

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

: Febri Sarifan Kuswara
: 12070116679
: S1 Manajemen
: Ekonomi dan Ilmu Sosial
: Pengaruh Perceived Risk, Word Of Mouth (Wom) Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Dana Sebagai Pembayaran Digital Pada Generasi Z Kota Pekanbaru Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variable Intervening
: 10 Juni 2025

TIM PENGUJI

Hampiran Surat

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

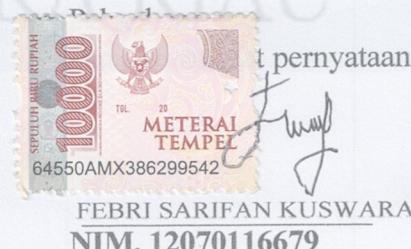
Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Febri Sarifan Kuswara
NIM	: 12070116679
Tempat/Tgl Lahir	: Dur. 27 Februari 2002
Fakultas	: Ekonomi dan Ilmu Sosial
Prodi	: Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh Perceived Risk, word of mouth(wom) dan lifestyle terhadap konsumsi Penggunaan aplikasi PANA sebagai Pembayaran digital Pada Generasi Z, kota Pekanbaru melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervensi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya menyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH *PERCEIVED RISK, WORD OF MOUTH (WOM)* DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI DANA SEBAGAI PEMBAYARAN DIGITAL PADA GENERASI Z KOTA PEKANBARU MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA

Oleh :

FEBRI SARIFAN KUSWARA

NIM. 12070116679

Dompet Digital (DANA) Indonesia, sebuah platform pembayaran digital (*digital wallet*) yang berbasis aplikasi *mobile*. Aplikasi ini dikembangkan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe dan resmi diluncurkan pada tahun 2018. DANA dirancang untuk memudahkan pengguna dalam melakukan berbagai jenis transaksi keuangan secara cepat, aman, dan efisien hanya melalui ponsel. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *perceived risk, word of mouth*, dan *lifestyle* terhadap keputusan penggunaan melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan di pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka dengan rumus lameshow ditetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis jalur dengan bantuan *Smart – PLS*. Hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen dapat dipengaruhi oleh *perceived risk, word of mouth* dan *lifestyle* sebesar 0,585 atau sebesar 58,5% sedangkan sisanya 41,5% dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan Keputusan penggunaan dapat dipengaruhi oleh Kepercayaan konsumen sebesar 0,499 atau 49,9% sementara 50,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Perceived Risk, Word Of Mouth, Lifestyle, Kepercayaan dan Keputusan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

The Influence of Perceived Risk, Word of Mouth (WOM), and Lifestyle on Purchase Decisions Through Consumer Trust as an Intervening Variable on the DANA Application as a Digital Payment Method Among Generation Z in Pekanbaru City

By :

FEBRI SARIFAN KUSWARA

NIM. 12070116679

stands for Dompet Digital (DANA) Indonesia, a mobile-based digital wallet platform. The application was developed by PT Espay Debit Indonesia Koe and was officially launched in 2018. DANA is designed to facilitate users in conducting various types of financial transactions quickly, securely, and efficiently through their smartphones. The purpose of this study is to examine the influence of perceived risk, word of mouth, and lifestyle on purchase decisions, with consumer trust as an intervening variable. This research was conducted in Pekanbaru. Since the exact number of the population is unknown, the Lemeshow formula was used to determine the sample size, resulting in 100 respondents, selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using path analysis with the help of SmartPLS software. The research findings indicate that: The results show that consumer trust is influenced by perceived risk, word of mouth, and lifestyle by 58.5%, while the remaining 41.5% is influenced by other variables. Meanwhile, purchase decisions are influenced by consumer trust by 49.9%, while 50.1% is influenced by other variables.

Keywords: Perceived Risk, Word of Mouth, Lifestyle, Trust, and Purchase Decision

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Alhamdulillahirobbil,,alamin, Puji syukur kehadirat Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada penulis. Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu "Alaihi wa Sallam, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **"Pengaruh Perceived Risk, Word Of Mouth, Lifestyle Terhadap Keputusan penggunaan Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Dana Sebagai Pembayaran Digital Pada Generasi Z Kota Pekanbaru"**.

Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memenuhi persyaratan akademis dalam menyelesaikan program studi S1 Manajemen untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Suksesnya penyusunan skripsi ini tentunya penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada

.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Mahyarni, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Kamaruddin S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Mahmuzar, M.Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Fakhrurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Ibu Astuti Meflinda, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing Proposal dan Skripsi yang telah banyak mengarahkan, membimbing serta memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Ibu Sahwitri Triandayani, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik selama masa perkuliahan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua. Ibunda Suryana dan Ayahanda Syariffudin yang telah memberi cinta, dukungan dan do'a yang tiada henti sepanjang perjalanan hidup dan setiap langkah penulis. Terimakasih atas pengorbanan, nasehat dan dorongan yang telah menginspirasi dan memotivasi penulis untuk mencapai tahap ini. Semoga hasil skripsi ini menjadi bukti kecil dari rasa terimakasih penulis yang mendalam.
12. Teman- teman Manajemen angkatan 2020, terutama teman-teman manajemen kelas J dan manajemen pemasaran C yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, terimakasih sudah berjuang bersama-sama. Semoga dukungan dan segala bantuan yang tela diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT.
13. Terimakasih kepada teman saya Farhan Furkani yang mau menolong saya Dan mengajak saya untuk menyelesaikan penelitian ini.
14. Dan terakhir, Terimakasih teruntuk diri saya sendiri Febri Sarifan Kuswara yang telah berhasil menyelesaikan tugas perkuliahan hingga akhir. Semoga ini menjadi bekal awal saya untuk pencapaian-pencapaian yang lebih besar di masa depan.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Karena itu dengan segala kerendahan hati penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi. Jazakumullah khairan katsiron, semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin Ya Rabbal'alamin.

Wassalmu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, 21 Juni 2025

Penulis

FEBRI SARIFAN KUSWARA

NIM : 12070116679

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
LANDASAN TEORI	13
2.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.2 Keputusan Penggunaan	16
2.3 Perceived Risk.....	18
2.4 Word Of Mouth	20
2.5 Lifestyle.....	22
2.6 Kepercayaan Konsumen	24
2.7 Pandangan Islam	25
2.8 Kajian Terdahulu	27
2.9 Kerangka Berpikir.....	31
2.10 Hipotesis	34
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	36

© Hak Cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau	
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:	
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.	
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	
3.2 Jenis Dan Sumber Data	36
3.3 Populasi Dan Sampel	37
3.4 Skala Pengukuran Data	39
3.5 Metode Pengumpulan Data	40
3.6 Metode Analisis Data.....	40
3.7 Uji Kualitas Data Melalui Analisis SEM PLS (Structural Equation Model Partial Least Square)	41
BAB IV	45
GAMBARAN UMUM	45
4.1 Aplikasi Dana	45
4.2 Visi, Misi, dan Moto Perusahaan	46
4.3 Logo Perusahaan	46
4.4 Struktur Organisasi Perusahaan Aplikasi Dana.....	47
4.5 Jenis Fitur Aplikasi Dana	48
4.6 Aspek Kegiatan	48
BAB V	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
5.1 Karakteristik Responden.....	51
5.2 Deskripsi Variabel Penelitian	52
5.3 Analisis Data	65
5.4 Pembahasan.....	79
BAB VI	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
6.1 Kesimpulan	85
SARAN.....	86
DAFTAR PUSTAKA	89

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Gambar 1.1 Daftar Pengguna Digital Wallet Tahun 2020	3
Gambar 1.2 Perbandingan pemakaian e-wallet dipekanbaru.....	4
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	32
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	46
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	48
Gambar 5.1 Hasil Analisis Jalur (path Analysis) SEM PLS.....	65
Gambar 5.2 Hasil Pengujian Outer Model	66
Gambar 5.3 Hasil Inner Model Penelitian.....	73

DAFTAR GAMBAR

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 2. 2 Konsep Operasional Variable	33
Tabel 5. 1Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 5. 2Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 5. 4 Rekapitulasi Tanggapan Mengenai Perceived Risk (X1)	53
Tabel 5. 5 Rekapitulasi Tanggapan Mengenai Word Of Mouth (X2).....	55
Tabel 5. 6 Rekapitulasi Tanggapan Mengenai Lifestyle (X3).....	58
Tabel 5. 7 Rekapitulasi Tanggapan Mengenai Kepercayaan Konsumen (Z1)	61
Tabel 5. 8 Rekapitulasi Tanggapan Mengenai Keputusan Penggunaan (Y1)	63
Tabel 5. 9 Uji Validitas Convergen (Convergent Validity)	66
Tabel 5. 10 Hasil Nilai Cross Loading	69
Tabel 5. 11 Nilai Avarage Varian Extracted (AVE)	71
Tabel 5. 12 Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's alpha	72
Tabel 5. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	74
Tabel 5. 14 Hasil Analisis Struktural Penelitian	74
Tabel 5. 15 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	76

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang pesat, Banyak aspek kehidupan manusia telah diubah oleh teknologi informasi, termasuk cara mereka bertransaksi. Salah satu inovasi yang muncul dari perkembangan ini adalah sistem pembayaran digital, yang kini menjadi elemen yang tidak terpisahkan dari rutinitas harian masyarakat modern. Pembayaran digital memungkinkan pelanggan melakukan transaksi tanpa menggunakan uang fisik melalui perangkat elektronik seperti tablet, smartphone, atau komputer. Hal ini tidak hanya menawarkan kenyamanan, tetapi juga efisiensi dalam bertransaksi.

Popularitas pembayaran digital di Indonesia terus meningkat seiring dengan penetrasi internet yang semakin luas dan adopsi smartphone yang masif. Berbagai platform pembayaran digital, seperti e-wallet, mobile banking, dan aplikasi pembayaran lainnya, telah memfasilitasi jutaan transaksi setiap hari. Masyarakat, terutama generasi muda, semakin terbiasa dengan penggunaan teknologi ini dalam berbagai aktivitas, mulai dari pembelian barang dan jasa hingga pembayaran tagihan dan pengiriman uang.

Namun, meskipun pembayaran digital menawarkan berbagai kemudahan, terdapat beberapa tantangan yang masih dihadapi. Salah satu tantangan utama adalah tingkat kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan privasi data. Kekhawatiran tentang risiko keamanan, seperti pencurian identitas dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penipuan, masih menjadi faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi pembayaran digital. Selain itu, kesenjangan digital di beberapa wilayah juga menjadi hambatan dalam pemanfaatan pembayaran digital secara merata di seluruh Indonesia.

Di sisi lain, perubahan perilaku konsumen dan peningkatan literasi digital di kalangan masyarakat menjadi faktor pendorong adopsi pembayaran digital. Generasi muda yang dikenal sebagai digital natives cenderung lebih cepat beradaptasi dengan teknologi baru dan lebih terbuka terhadap penggunaan pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menciptakan peluang besar bagi penyedia layanan pembayaran digital untuk terus berkembang dan berinovasi dalam memenuhi kebutuhan pasar.

Melihat latar belakang tersebut, penelitian mengenai pembayaran digital menjadi sangat relevan dan krusial untuk dilakukan. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi pembayaran digital, serta tantangan dan peluang yang ada dalam pengembangan teknologi ini di masa mendatang.

Selain itu, di Indonesia ada banyak penerbit atau penyedia uang elektronik, seperti emoney dari Bank Mandiri, Brizzi dari BRI, Tapcash dari BNI, Flazz dari BCA, dan Go-pay dari Go-jek, DANA, OVO, dan lainnya. Kemunculan e-wallet lainnya menjadikan persaingan yang ketat bagi DANA, sesuai presentase peringkat yang dirilis oleh Fintech Report 2020 pada tabel 1.1 Dapat disimpulkan bahwa DANA berada di peringkat ketiga setelah Go-pay dan OVO,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

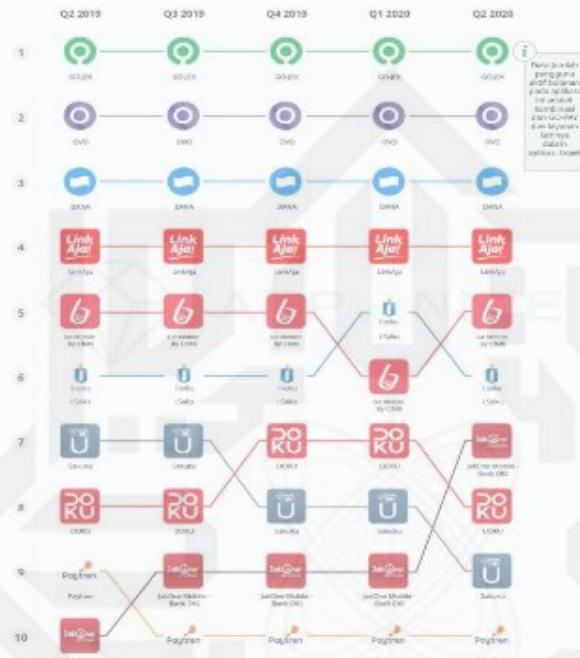
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang menunjukkan bahwa DANA masih memiliki daya saing dengan penyedia uang elektronik lainnya.

Gambar 1.1

Daftar Pengguna Digital Wallet Tahun 2020



Sumber: Ariq Naufal (2020), "Dari Gopay hingga DANA, Pemain Lokal Dominasi Pasar Dompet Digital," diakses melalui <http://news.gunadarma.ac.id/2020/08/dari-gopay-sampaидана-пemain-lokal-dominasi-pasar-dompet-digital/> pada 24 Agustus 2020.

Gambar diatas menentukan bahwa DANA pada tahun 2020 berada di urutan tiga besar. Untuk mempertahankan urutan tiga besar tidak mudah bagi DANA, diperlukan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan jumlah pengguna. Vincent Henry Iswaratioso, CEO DANA, memperkenalkan DANA dengan tagline "Apapun transaksinya selalu ada DANA #GANTIDOMPET". Tagline

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini mencerminkan keharusan DANA untuk menjadi dompet digital yang memungkinkan penggunanya akan melakukan berbagai transaksi, memudahkan mereka untuk melakukan pembayaran tanpa perlu menggunakan uang tunai.

Sudah banyak pelanggan yang menggunakan sarana transaksi menggunakan aplikasi DANA baik muslim maupun non muslim yang mempunyai daya tarik terhadap pelanggan agar menggunakan sarana dalam melakukan pembayaran secara elektronik. Menurut Badri, (2020) menemukan bahwa dompet digital daerah di masyarakat Kota Pekanbaru sangat aktif, sehingga munculnya manfaat dan memiliki keunggulan terhadap aplikasi dompet digital. Sekitar 68 % pengguna dompet digital. Meski demikian intesitas penggunaan aplikasi dompet digital di wilayah kota pekanbaru belum tinggi, karena separuh dari memilih menggunakan uang tunai ketika bertransaksi dengan pembayaran tunai non tunai. Adapun persentase pengguna aplikasi dompet digital di Kota Pekanbaru yaitu DANA, GoPay, dan OVO secara umum tiga peringkat atas di indonesia.

Gambar 1.2 Perbandingan pemakaian e-wallet dipekanbaru



Sumber: Muhammad Badri 2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari data diatas dapat dilihat dari data diatas bahwa DANA merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan di Kota Pekanbaru. Wawancara singkat yang dilakukan pada Jumat 16 Mei 2025 kepada salah seorang pengguna dompet digital dengan inisial “BA” lebih memilih

menggunakan dana karena dana mudah untuk digunakan, mudah untuk dioperasikan dan sangat gampang ketika penggunaannya. Hal ini selaras dengan dengan jawaban dari “I” dimana tidak ingin ribet dengan menggunakan banyak aplikasi untuk membayar tagihan dimana dana mempunyai semua fitur untuk pembayaran yang dibutuhkan pengguna hanya dengan satu aplikasi saja. Namun demikian dari sebagian pengguna lain memilih menggunakan e-wallet DANA bukan karena kemudahan melainkan karena jumlah fitur layanan yang tersedia dirasa cukup banyak.

E-wom adalah versi daring dari pemasaran dari mulut ke mulut yang memungkinkan pelanggan dan calon pelanggan menilai produk, bahkan perusahaan, yang didistribusikan melalui Internet. Informasi, pengetahuan, respons, dan kepercayaan adalah indikator E-WOM, menurut **Setiawan dan Wibawa dalam Mahaputra & Setiawan (2019)**. Rekomendasi dari mulut ke mulut juga memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli barang atau jasa tertentu. Informasi dari teman, keluarga, atau orang yang dipercaya dapat memperkuat atau melemahkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Generasi Z yang sangat aktif di media sosial cenderung lebih terpengaruh oleh ulasan atau testimoni dari orang-orang di sekitar mereka.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gaya hidup (*lifestyle*) juga merupakan faktor penentu dalam keputusan pengguna. Generasi Z memiliki gaya hidup yang dinamis, cepat, dan serba digital. Mereka cenderung memilih produk atau layanan yang dapat menunjang aktivitas sehari-hari mereka dengan lebih efisien dan praktis. Aplikasi DANA, dengan fitur-fitur yang mendukung gaya hidup modern, memiliki potensi besar untuk diterima oleh generasi ini. **Priansa (2020)** menyatakan bahwa istilah "gaya hidup konsumen" mengacu pada cara konsumen menghabiskan uang, menjalani hidup, dan menggunakan waktu mereka.

Namun, Faktor-faktor yang berasal dari sumber luar seperti perceived risk, WOM, dan gaya hidup, tidak hanya mempengaruhi Keputusan Penggunaan. Kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening juga memainkan peran penting dalam menentukan apakah konsumen akan menggunakan aplikasi DANA atau tidak. Perilaku konsumen mencerminkan sikap, kepercayaan, dan preferensi mereka terhadap aplikasi tersebut, yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian. **Nainggolan (2018)** Keputusan konsumen tidak hanya berfokus pada memenuhi keinginan seksual mereka, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan akhirat mereka.

Menurut **Said Pasha Arrafie (2023)** pengaruh E-WOM, yang dianggap memiliki risiko terhadap keputusan pembelian dengan kualitas informasi sebagai variabel intervensi pada konsumen tokopedia. Hasil analisis menunjukkan bahwa E-WOM memiliki efek positif terhadap kualitas informasi, sesuai dengan *Theory Reasoned Action* yang menyatakan bahwa sikap positif individu terhadap suatu produk atau layanan dapat dipengaruhi oleh informasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang diperoleh dari orang lain. Selain itu, persepsi risiko juga berdampak positif pada kualitas data, yang menunjukkan bahwa kekhawatiran konsumen terkait risiko dapat mempengaruhi cara mereka melihat informasi yang diberikan oleh Tokopedia. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa persepsi risiko memiliki dampak negatif terhadap keputusan pembelian, sedangkan E-WOM dan kualitas data memiliki dampak positif terhadap keputusan pengguna.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *perceived risk* berpengaruh terhadap kepercayaan Konsumen pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z di Kota Pekanbaru?
2. Apakah *word of mouth* (WOM) berpengaruh terhadap kepercayaan Konsumen pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z di Kota Pekanbaru?
3. Apakah gaya hidup (*lifestyle*) berpengaruh terhadap kepercayaan Konsumen pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z di Kota Pekanbaru?
4. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pengguna aplikasi DANA pada Generasi Z di Kota Pekanbaru?
5. Apakah *Perceived Risk* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z dikota

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru?

6. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z dikota Pekanbaru?
7. Apakah *Lifestyle* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z dikota Pekanbaru?
8. Apakah *Perceived Risk* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan melalui kepercayaan konsumen pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi z dikota Pekanbaru ?
9. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan melalui kepercayaan konsumen pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi z dikota Pekanbaru ?
10. Apakah *Lifestyle* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan melalui kepercayaan konsumen pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi z dikota Pekanbaru ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived risk* terhadap kepercayaan konsumen pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z di Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* (WOM) terhadap kepercayaan konsumen pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z di Kota Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) terhadap kepercayaan konsumen pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z di Kota Pekanbaru.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap Keputusan penggunaan pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z dikota Pekanbaru.
5. Untuk mengetahui pengaruh *perceived risk* terhadap Keputusan penggunaan pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z dikota Pekanbaru.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan penggunaan pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z dikota Pekanbaru.
7. Untuk mengetahui pengaruh *Lifestyle* terhadap Keputusan penggunaan pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z dikota Pekanbaru.
8. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Risk* terhadap Keputusan Penggunaan melalui Kepercayaan Konsumen pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z dikota Pekanbaru.
9. Untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Penggunaan melalui Kepercayaan Konsumen pada aplikasi DANA sebagai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembayaran digital pada Generasi Z dikota Pekanbaru.

10. Untuk mengetahui pengaruh *Lifestyle* terhadap Keputusan Penggunaan melalui Kepercayaan Konsumen pada aplikasi DANA sebagai pembayaran digital pada Generasi Z dikota Pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Pengembangan Pengetahuan: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur di bidang pemasaran digital, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan dalam konteks penggunaan aplikasi pembayaran digital oleh Generasi Z. Penelitian ini juga memperkaya wawasan tentang peran *perceived risk*, *word of mouth* (WOM), dan gaya hidup (*lifestyle*) dalam mempengaruhi keputusan penggunaan, serta peran kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening.

2. Manfaat Praktis

Bagi Pengembang Aplikasi Pembayaran Digital (Seperti DANA): Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pengembang aplikasi pembayaran digital untuk memahami lebih baik faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan, khususnya di kalangan Generasi Z. Dengan memahami pengaruh *perceived risk*, WOM, dan gaya hidup, pengembang dapat merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih tepat sasaran untuk meningkatkan adopsi dan loyalitas pengguna.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bagi Pelaku Bisnis: Penelitian ini memberikan wawasan kepada pelaku bisnis mengenai pentingnya pengelolaan persepsi risiko, WOM, dan penyesuaian produk dengan gaya hidup target pasar dalam mempengaruhi keputusan penggunaan. Hal ini dapat membantu dalam merancang strategi komunikasi dan pemasaran yang lebih efektif.

Bagi Pemerintah dan Regulator: Temuan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi Pemerintah dan regulator dalam merancang kebijakan yang mendukung pengembangan pembayaran digital, terutama terkait dengan keamanan data dan perlindungan konsumen, yang dapat memengaruhi persepsi risiko dan adopsi teknologi di masyarakat.

Manfaat akademis: Sebagai referensi untuk penelitian masa depan: Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian masa depan yang ingin mengeksplorasi lebih jauh faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi digital, terutama dalam konteks aplikasi pembayaran digital. Peneliti masa depan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain atau menggunakan konteks yang berbeda.

Sistematika Penulisan

Agar dapat memberikan gambaran yang jelas secara umum dan mempermudah pembahasan proposal penelitian ini, analisis dilakukan secara menyeluruh dan terstruktur, mencakup :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, dipaparkan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini disajikan landasan teori yang menjadi dasar pembahasan penelitian ini, hipotesis, serta variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai lokasi dan waktu penelitian, sumber serta jenis data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Ini akan menjelaskan secara singkat sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini adalah bab yang menyajikan hasil yang diperoleh selama penelitian beserta pembahasannya.

BAB IV : PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan dari apa yang telah diuraikan oleh penulis, serta saran-saran yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

2.1 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2019), manajemen pemasaran adalah upaya untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen di pasar sasaran dengan menciptakan dan menyediakan kualitas penjualan yang baik.

Menurut Sudarsono (2020), manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan (yang mencakup pengorganisasian, pengarahan, dan koordinasi) kegiatan pemasaran dalam perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Dalam fungsi manajemen pemasaran, terdapat kegiatan analisis yang dilakukan untuk memahami pasar dan lingkungan pemasarannya, guna mengidentifikasi seberapa besar peluang untuk menguasai pasar serta seberapa besar ancaman yang perlu dihadapi.

Menurut Tjiptono dan Diana (2020), manajemen pemasaran adalah cara perusahaan menjalankan bisnis dengan mempersiapkan, menentukan, dan mendistribusikan produk, layanan, dan ide yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

2.1.1 Fungsi Manajemen Pemasaran

Sebuah bisnis atau suatu perusahaan yang sedang berkembang wajib memahami manajemen pemasaran yang baik, apalagi pada era globalisasi seperti ini dimana banyak kompetitor yang ingin berlomba-lomba memasarkan produknya bahkan hingga berbagai manca negara.

Perusahaan wajib menjalankan suatu manajemen pemasaran dan melibatkannya sebagai salah satu strategi penting untuk mencapai tujuan. Manajemen pemasaran memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai berikut :

1. Perencanaan Pemasaran

Perencanaan segala hal yang diperlukan sebelum melaksanakan kegiatan pemasaran, mencakup tujuan, strategi, kebijakan, dan taktik yang akan diterapkan.

2. Implementasi Pemasaran

Implementasi pemasaran adalah proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan nyata untuk mencapai tujuan. Implementasi mencakup aktivitas sehari-hari yang dilakukan secara efektif dalam melaksanakan rencana pemasaran. Kegiatan ini memerlukan tindakan yang melibatkan semua pihak atau aktivitas serta struktur organisasi formal yang berperan penting dalam penerapan strategi pemasaran. Pengendalian atau evaluasi kegiatan pemasaran memberikan petunjuk kepada pelaksana untuk memastikan mereka selalu bertindak sesuai dengan rencana. Sedangkan menurut Sudaryono (2016), fungsi manajemen pemasaran dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

a. Fungsi pertukaran

Fungsi pertukaran memungkinkan pembeli untuk memperoleh produk yang mereka inginkan dari produsen, baik dengan menukar uang untuk produk tersebut maupun melalui barter produk. Pembeli juga dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan produk tersebut untuk keperluan pribadi atau menjualnya kembali. Pertukaran adalah salah satu cara untuk memperoleh produk.

b. Fungsi pertukaran

Melalui fungsi pertukaran, pembeli dapat memperoleh produk yang diinginkan dari produsen, baik dengan menukarkan uang untuk produk tersebut atau dengan melakukan barter produk. Pembeli juga dapat menggunakan produk tersebut untuk keperluan pribadi atau menjualnya kembali. Pertukaran adalah salah satu metode untuk mendapatkan produk.

c. Fungsi pertukaran

Fungsi pertukaran memungkinkan pembeli untuk memperoleh produk yang diinginkan dari produsen, baik dengan menukarkan uang untuk produk tersebut atau melakukan barter produk. Pembeli juga dapat menggunakan produk tersebut untuk keperluan pribadi atau menjualnya kembali. Pertukaran adalah salah satu cara untuk memperoleh produk.

d. Fungsi pertukaran

Dengan fungsi pertukaran, pembeli dapat membeli produk yang mereka inginkan dari produsen, dengan menukarkan uang dengan suatu produk maupun menukar produk dengan produk (barter) dan pembeli bisa memakai produk sendiri atau untuk dijual kembali. Pertukaran merupakan salah satu cara mendapatkan suatu produk.

e. Fungsi Distribusi Fisik

Distribusi fisik produk dilakukan dengan cara menyimpan produk dan mengangkutnya dari produsen ke konsumen yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memerlukannya, baik melalui jalur darat, air, maupun udara. Tujuan penyimpanan produk adalah untuk menjaga kualitasnya serta memastikan pasokan produk tetap tersedia dan tidak kekurangan saat dibutuhkan.

f. Fungsi perantara

Untuk mengalihkan produk dari produsen ke konsumen, hal ini dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan proses pertukaran dengan distribusi fisik. Fungsi perantara meliputi pengurangan risiko, pembiayaan, penyebaran informasi, serta standarisasi dan klasifikasi produk.

2.2 Keputusan Penggunaan

Menurut Alistri wahyuni (2019) keputusan menggunakan merupakan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh informasi yang masuk dari berbagai sumber antara lain faktor upaya pemasar dan faktor lingkungan budaya. Upaya pemasar yaitu penyampaian informasi tentang produk untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk tersebut. Cara yang dilakukan pemasar untuk menarik konsumen untuk melakukan keputusan menggunakan yaitu produk, harga, saluran distribusi, promosi, proses, pendukung fisik, dan orang.

Menurut Peter dan Olson (2013) keputusan penggunaan yaitu suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Supriadi & Pramudito (2025), Keputusan pembelian adalah proses akhir dari evaluasi alternatif produk oleh konsumen berdasarkan persepsi nilai, kepercayaan, dan pengalaman, yang mengarah pada tindakan membeli produk tertentu.

Menurut Ilhamalimy et al. (2024), Keputusan pembelian merupakan respons akhir konsumen dalam memilih produk, setelah melalui proses pencarian informasi, penilaian alternatif, dan pembentukan niat beli yang dipengaruhi oleh komunikasi digital.

2.2.1 Indikator Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan adalah proses mental dan emosional yang dilalui konsumen untuk memilih dan membeli suatu produk atau jasa dari berbagai alternatif yang tersedia. Proses ini tidak hanya melibatkan tindakan pembelian, tetapi juga serangkaian langkah rasional seperti pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, hingga perilaku pasca pembelian.

Indikator Keputusan Pembelian:

1) Sesuai Kebutuhan

Kondisi di mana pembeli mulai menyadari adanya masalah atau kebutuhan yang muncul akibat rangsangan dari pemasar.

2) Mempunyai Manfaat

Kondisi di mana pertimbangan yang menjadi dasar untuk menilai manfaat yang dibutuhkan oleh pembeli, yang kemudian membentuk keputusan apakah akan membeli barang tersebut atau tidak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Ketepatan dalam membeli produk

Ketika konsumen akhirnya membuat keputusan untuk membeli dan barang yang diterima sesuai dengan yang diharapkan.

4) Pembelian berulang

Ketika konsumen merasa bahwa kinerja suatu merek sesuai dengan harapan, melebihi, atau bahkan di luar harapan, hal ini akan mempengaruhi sikap atau tindakan pembeli di masa depan.

2.3 Perceived Risk

Menurut Jin, Line & Merkebu (2022), *perceived risk* adalah persepsi konsumen terhadap kemungkinan terjadinya kerugian akibat keputusan yang diambil, yang mencakup berbagai dimensi seperti risiko finansial, kinerja, dan sosial.

Mereka mendefinisikan *perceived risk* sebagai ekspektasi kerugian potensial, yang secara langsung dapat mereduksi kepercayaan dan niat beli konsumen jika risiko yang dirasakan itu melebihi manfaat yang diharapkan. Ventre & Kolbe (2020)

Menurut Novita Sari et al. (2022), Mereka memetakan persepsi risiko konsumen sebagai dimensi multidimensional, yang meliputi risiko keuangan, produk (kinerja), keamanan, waktu, sosial, dan psikologis dalam konteks pembelian online .

Menurut Suprapto & Wijaya (2023), Perceived risk dikonstruksi sebagai variabel multidimensional, terdiri atas risiko keuangan, produk, keamanan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

waktu, sosial, dan psikologis yang secara kolektif mempengaruhi intensi beli online.

Definisi mereka menekankan bahwa perceived risk adalah skem subjektif atas potensi kerugian, yang muncul dari dua hal utama: jumlah nilai yang dipertaruhkan dan sejauh mana individu yakin akan hasilnya. Ketidakpastian ini berasal dari kemungkinan ketidakpuasan setelah pembelian. Yahya et al. (2020)

2.3.1 Indikator Perceived Risk

Perceived risk atau persepsi risiko adalah penilaian subjektif konsumen terhadap potensi kerugian atau konsekuensi negatif yang mungkin dialami saat melakukan pembelian produk atau layanan tertentu. Berikut adalah penjelasan mengenai indikator-indikator yang diajukan :

- a. **Risiko Finansial:** Kekhawatiran tentang kemungkinan kehilangan uang dalam pembelian. Ini mencakup biaya yang tidak terduga atau harga yang lebih tinggi dari yang diperkirakan.
- b. **Risiko Kinerja:** Persepsi mengenai seberapa baik produk akan berfungsi dan memenuhi harapan konsumen. Jika produk tidak berfungsi sebagaimana mestinya, konsumen merasa dirugikan.
- c. **Risiko Sosial:** Ketakutan akan penilaian negatif dari orang lain terkait dengan keputusan pembelian. Ini seringkali berkaitan dengan bagaimana produk atau layanan akan memengaruhi status sosial atau reputasi konsumen.
- d. **Risiko Psikologis:** Dampak emosional atau psikologis yang dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

muncul akibat ketidakpuasan terhadap produk. Ini bisa mencakup rasa penyesalan atau ketidaknyamanan setelah membeli.

- e. **Risiko Fisik:** Kekhawatiran mengenai keamanan dan kesehatan terkait produk, seperti potensi bahaya yang ditimbulkan oleh penggunaan produk.

Bauer menekankan bahwa konsumen secara aktif mengevaluasi risiko-risiko ini sebelum mengambil keputusan pembelian, dan ini dapat memengaruhi keinginan mereka untuk melakukan pembelian.

2.4 Word Of Mouth

Menurut Priansa (2019), *word of mouth* adalah kegiatan pemasaran di mana informasi mengenai suatu produk atau jasa disampaikan dari satu konsumen ke konsumen lainnya untuk membicarakan, mempromosikan, dan mendorong orang lain untuk membeli suatu merek.

Menurut Latief (2020), *word of mouth* adalah komunikasi yang dilakukan secara lisan, tertulis, maupun elektronik di antara masyarakat mengenai keunggulan serta pengalaman dalam membeli dan menggunakan produk atau jasa.

Menurut Lăzăroiu et al. (2020), menyatakan bahwa WOM mencerminkan pengaruh sosial yang kuat terhadap perilaku konsumen, karena keputusan pembelian sering kali dipengaruhi oleh pengalaman orang lain, terutama dalam konteks online.

Menurut Makhitha & Ngobeni (2024), mendefinisikan bahwa e-WOM adalah informasi dari pengguna lain yang mempengaruhi sikap konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap transaksi daring, serta digunakan sebagai mediator antara attitude dan intention. Mereka menekankan bahwa e-WOM bukan sekadar informasi, tetapi juga memiliki bobot emosional dan evaluatif .

Dalam konteks e-commerce di Batam, e-WOM digolongkan ke dalam dimensi kualitas konten (*quality*) dan frekuensi (*quantity*) yang mempengaruhi kepercayaan dan niat beli. Mereka menyatakan bahwa e-WOM adalah komunikasi melalui platform online yang memperkuat keputusan penggunaan konsumen melalui kualitas dan kuantitas pesan. Suprapto & Wijaya (2023)

2.4.2 Indikator *Word Of Mouth*

1. *Talkers* (pembicara), Ini adalah kelompok sasaran yang akan membicarakan suatu merek, yang biasa disebut juga influencer. *Talkers* ini bisa siapa saja, mulai dari teman, tetangga, keluarga, rekan kerja, hingga kerabat terdekat lainnya. Selalu ada orang yang antusias untuk berbicara, dan merekalah yang paling semangat menceritakan pengalaman mereka.
2. *Topics* (topik), ini berkaitan dengan apa yang dibicarakan oleh talkers. topik ini berhubungan dengan apa yang ditawarkan oleh suatu merek dan tawaran spesial diskon, produk baru, atau pelayanan yang memuaskan.topik yang baik ialah topic yang simple ,mudah dibawa dan natural. Seluruh word of mouth memang bermula dari topik yang menggairahkan untuk dibicarakan.
3. *Tools* (alat), Ini adalah sarana untuk menyebarkan topik dan percakapan. Topik yang ada juga memerlukan alat yang membantu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyebarluaskan pesan atau topik tersebut. Alat ini memudahkan orang untuk berbicara atau menyebarluaskan informasi tentang produk atau layanan suatu perusahaan kepada orang lain.

4. *Talking part* (partisipasi), suatu pembicaraan akan hilang jika hanya ada satu orang yang berbicara mengenai suatu produk. Maka perlu adanya orang lain yang ikut serta dalam percakapan agar *word of mouth* dapat terus berjalan.
5. *Tracking* (pengawasan), ialah suatu tindakan perusahaan untuk mengawasi serta memantau respon konsumen. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat mempelajari masukan positif atau negatif konsumen, sehingga dengan begitu perusahaan dapat belajar dari masukan tersebut untuk kemajuan yang lebih baik.

2.5 Lifestyle

Menurut Pipih & Neny (2022), Lifestyle dijelaskan sebagai ciri khas individu yang tercermin dalam aktivitas, hobi, pemikiran, dan interaksi sosial menggambarkan nilai diri, status, dan pilihan konsumtif dalam menggunakan waktu dan uang.

Gaya hidup didefinisikan sebagai pola perilaku dan kebiasaan konsumen—meliputi aktivitas sehari-hari, minat, nilai, sikap, dan cara menggunakan waktu dan uang. Lifestyle membantu menjelaskan perbedaan perilaku konsumen terhadap merek dan produk. Anderson & Golden(2023)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Wibowo & Riyadi(2023), Gaya hidup adalah bagaimana orang menghabiskan waktu dan uang, serta apa yang mereka anggap penting dalam kehidupan dan lingkungan di sekitarnya.

Menurut Munters(2021), Lifestyle mencakup sistem terpadu dari sikap, nilai, minat, pandangan, dan perilaku—bukan sekadar apa yang terlihat, tetapi juga keyakinan dan motivasi yang mendasarinya .

Mereka menyatakan bahwa *lifestyle* adalah cara hidup individu yang mencerminkan pola aktivitas, minat, dan opini. *Lifestyle* tidak hanya mencakup perilaku konsumsi, tetapi juga cara seseorang berinteraksi dengan lingkungan sosial dan budaya. Kotler dan Keller (2016).

2.5.1 Indikator Lifestyle

Lifestyle adalah pola hidup individu yang tercermin melalui aktivitas, minat, opini (AIO), serta bagaimana individu mengalokasikan waktu, uang, dan energi untuk mencerminkan nilai, kepribadian, dan aspirasi sosialnya.

Indikator *Lifestyle* adalah :

- a. Aktivitas Sehari-hari: Holt menekankan bahwa aktivitas rutin seseorang seperti pekerjaan, hobi, dan olahraga mencerminkan nilai-nilai dan identitas mereka. Aktivitas ini menunjukkan bagaimana individu menghabiskan waktu dan energi mereka.
- b. Minat: Holt mengindikasikan bahwa minat seseorang dalam hal tertentu, seperti seni, musik, atau teknologi, menjadi bagian dari *lifestyle* yang memengaruhi pilihan produk dan layanan yang mereka gunakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Pola Konsumsi: Pola konsumsi, termasuk merek yang dipilih dan cara berbelanja, adalah indikator penting dari *lifestyle*. Hal ini mencerminkan preferensi individu dan bagaimana mereka berinteraksi dengan pasar.
- d. Sikap terhadap Lingkungan: Holt juga menyoroti bahwa sikap individu terhadap isu-isu sosial dan lingkungan (seperti keberlanjutan) dapat memengaruhi *lifestyle* dan perilaku konsumsi mereka.
- e. Interaksi Sosial: Cara seseorang berinteraksi dengan orang lain, termasuk dalam konteks komunitas atau kelompok sosial, menunjukkan elemen penting dari *lifestyle* Kepercayaan konsumen

2.6 Kepercayaan Konsumen

Menurut Hasyim et al. (2025), Kepercayaan konsumen adalah variabel kunci dalam membangun komitmen pelanggan pada belanja online, dimediasi oleh perceived value dan reputasi perusahaan.

Menurut Zhu et al. (2022), Kepercayaan adalah kesediaan konsumen untuk mengandalkan penyedia berdasarkan persepsi positif akan kredibilitas, integritas, dan niat baik mereka.

Menurut Anas Hidayat et al. (2021), Kepercayaan konsumen diukur sebagai keyakinan terhadap penjual dan aplikasi e-commerce, yang dibentuk dari persepsi nilai, citra situs, serta persepsi risiko yang rendah.

Menurut Setiadi et al. (2024), Kepercayaan konsumen adalah persepsi yang terbentuk dari pengalaman, kredibilitas informasi, dan penilaian konsumen terhadap integritas serta niat baik suatu merek atau perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Sutisna & Saefullah (2023), Kepercayaan konsumen adalah keyakinan konsumen bahwa penjual akan memberikan produk atau layanan sesuai janji dan dapat diandalkan meskipun konsumen tidak bisa memverifikasi sepenuhnya.

2.6.1 Indikator Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen adalah keyakinan psikologis konsumen bahwa perusahaan, merek, atau penjual akan bertindak secara andal, jujur, dan bertanggung jawab dalam memenuhi janji atau ekspektasi, meskipun konsumen tidak bisa memverifikasinya secara langsung.

1. . Keandalan Layanan (Reliability)
2. Transparansi Informasi
3. Keamanan dan Privasi
4. Responsivitas dan Dukungan Teknis
5. Orientasi pada pengguna

2.7 Pandangan Islam

Islam merupakan agama yang sempurna, yang telah memberikan solusi menyeluruh terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi manusia, terutama dalam hal jual beli, penting untuk mematuhi prinsip-prinsip islam Islam tidak hanya mengajarkan tentang ibadah saja, akan tetapi juga memberikan tuntunan kepada umat Islam untuk menjalankan praktik bisnis yang beretika dan sesuai dengan kaidah yang benar (muamalah). Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba dalam Al Quran,

sebagaimana yang tertera dalam surat Al Baqarah ayat 275, yakni

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُولُونَ إِلَّا كَمَا يَقُولُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمُسِّئِ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحْرَمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّنْ رَّبِّهِ فَأَنْهَى فَلَمْ يَمَسِّ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا



Artinya: Orang-orang yang memakan (mengambil) riba itu bagaikan orang-orang yang kerasukan setan karena tekanan kegilaan. Keadaan mereka seperti itu karena mereka mengira bahwa jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Adapun orang-orang yang telah mendapat larangan dari Tuhan-Nya, kemudian mereka berhenti (dari mengambil riba), maka mereka boleh mengambil apa yang telah mereka ambil sebelumnya, dan urusan mereka hanyalah kepada Allah. Adapun orang-orang yang memakan riba lagi, maka mereka akan menjadi penghuni neraka dan kekal di dalamnya.

Dari ayat diatas menegaskan aturan Islam tentang jual beli. Transaksi jual beli yang sah adalah pertukaran benda atau barang yang memiliki nilai yang sama, Dimana kedua belah pihak sepakat dan menerima syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh hukum Islam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.8 Kajian Terdahulu

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil hasil kajian terdahulu yang bisa dijadikan pedoman pada topik penelitian ini. Penelitian ini menyadari betapa pentingnya penelitian terdahulu sebagai salah satu pijakan dalam sebuah penelitian, dan sebagai pendukung untuk penelitian selanjutnya meskipun penelitian terdahulu yang peneliti temukan tidak memiliki objek penelitian yang identik, namun topik serta beberapa bahasan yang ada dan relevan pada penelitian tersebut dapat diterapkan pada penelitian ini berikut dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipilih.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI	JUDUL	HASIL	KESIMPULAN
1	Utiyawa dkk.,(2024)	Pengaruh word of mouth (e-Wom) dan media sosial Marketing terhadap keputusan pembelian melalui Kepercayaan sebagai variabel intervening pada Pengguna aplikasi shopee. Terhadap keputusan pembelian melalui Kepercayaan sebagai variabel intervening pada Pengguna aplikasi shopee.	Indepeden: Pengaruh word of mouth (e-Wom) dan media sosial Marketing Depeden: Keputusan pembelian melalui Kepercayaan sebagai variabel intervening pada Pengguna aplikasi shopee. Terhadap keputusan pembelian melalui Kepercayaan sebagai variabel	Hasil pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa variabel Electronic word of Mouth, media sosial Marketing Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan intervening dan kepercayaan keputusan pembelian pada pengguna aplikasi shopee.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			intervening.	
	Megasuciati wardani, (2023)	Pengaruh Social Media, Word Of Mouth (WOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Yuika Shop	Indepeden: Pengaruh Social Media, Word Of Mouth (WOM) Dan lifestyle Dependen: Keputusan Pembelian pada Toko Online	Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat kesimpulan bahwa secara parsial, masing-masing variabel Electronic Word of mouth, Social Media Marketing, dan Lifestyle berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen Yuika Shop di Kota Bima.
	Martiah dkk., (2023)	Pengaruh Perceived Risk, Perceived Reputation, dan Trust Online terhadap Minat Beli Online Konsumen Shopee	Indepeden: Pengaruh Perceived Risk, Perceived Reputation, dan Trust Online Dependen: Minat Beli Online Konsumen Shopee	Berdasarkan hasil pengolahan dan pembahasan, penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa Perceived Risk, Perceived Reputation, Dan Trust Online berpengaruh Terhadap Minat Beli Online Konsumen Shopee
	Agustina dkk., (2022)	Pengaruh perceived risk dan herding behavior terhadap intensi berinvestasi	Indepeden: Pengaruh perceived risk dan herding behavior	Hasil penelitian ini menunjukkan ada tiga hipotesis yang terdukung yaitu:

<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <ol style="list-style-type: none"> Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau. 		<p>dengan covid-19 sebagai variabel pemoderasi</p>	<p>Dependen: Intensi berinvestasi dengan covid-19 sebagai variabel pemoderasi</p>	<p>Pengaruh Intensi Berinvestasi, perceived risk dan covid -19 berpengaruh positif dan signifikan sedangkan herding behavior tidak berpengaruh positif dan signifikan</p>
	<p>5</p> <p>Urfiah dkk., (2023)</p>	<p>Pengaruh Metode Pembayaran Pay Later dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Produk</p>	<p>Indepeden: Pengaruh Metode Pembayaran Pay Later dan Lifestyle</p> <p>Dependen: Pembelian Produk</p>	<p>Dapat disimpulkan bahwa variabel pembayaran Pay Later memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian produk</p>
	<p>6</p> <p>Sastri, (2023)</p>	<p>Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Perceived Quality, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk</p> <p>May outfit</p>	<p>Indepeden: Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Perceived Quality, dan Social Media Marketing</p> <p>Dependen: Keputusan Pembelian</p>	<p>Perceived Quality, sosial media marketing Berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sedangkan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian</p>

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang <ol style="list-style-type: none"> 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: <ol style="list-style-type: none"> a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau. 		<p>Dana Pada Bisnis Makanan Dan Minuman Di Toko Mixue Situbondo Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening</p>	<p>Keputusan Pembelian</p>	<p>Sedangkan Keputusan pembelian berpengaruh positif namun tidak</p>
8	Tjokro, (2020)	<p>Analisis Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian</p>	<p>Independen: Analisis Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Kualitas Produk Dependen: Keputusan Pembelian</p>	<p>Berdasarkan pembahasan hasil penelitian pada bagian sebelumnya, maka simpulan dari kajian ini adalah; word of mouth (WOM) dan kualitas produk terbukti mempengaruhi keputusan pembelian pengguna</p>
9	Noor dkk., (2023)	<p>Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee</p>	<p>Independen: Electronic Word Of Mouth dan Perceived Risk Dependen: Keputusan Pembelian</p>	<p>Menurut penelitian yang dilakukan terhadap pengguna Shopee mengenai pengaruh elektronik word of mouth (E-WOM) dan persepsi risiko signifikan positif terhadap Keputusan pembelian</p>
10	Hakim & rizky rahmawati, (2023)	<p>Analisis pengaruh word of mouth, kualitas produk, dan etika bisnis islam,</p>	<p>Independen: Pengaruh word of mouth, kualitas produk, dan etika bisnis islam,</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa word of mouth tidak</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel moderating	Dependen: Keputusan pembelian dan kepuasan konsumen	memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, variabel word of mouth perlu diperhatikan. Variabel yang lebih mendukung tingkat kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian.
--	------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.9 Kerangka Berpikir

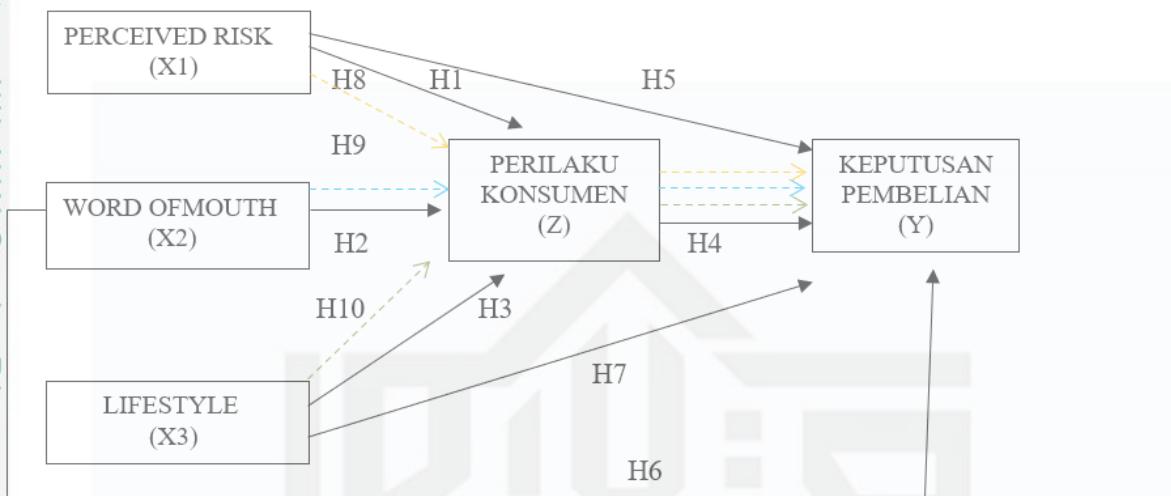
Menurut Sugiyono (2018), kerangka pemikiran adalah sebuah panduan yang menggambarkan arah dan tujuan dari penelitian. Peta ini disusun berdasarkan teori, fakta, dan observasi yang relevan dengan masalah penelitian. Kerangka pemikiran membantu peneliti untuk memahami masalah penelitian secara lebih mendalam, serta untuk mengembangkan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang relevan. Kerangka pemikiran menggambarkan hubungan antara variabel independen, yaitu Pengaruh *Perceived Risk* (X1), *Word of Mouth* (X2), dan *Lifestyle* (X3), terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Penggunaan (Y), dengan Kepercayaan Konsumen (Z) sebagai variabel *intervening* dalam konteks penggunaan aplikasi Dana sebagai pembayaran digital pada generasi Z di Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.2

Kerangka Berpikir



Keterangan:

→ : Pengaruh variabel **X** ke variabel **Y** dan variabel **Z**

- - - - - : Pengaruh variabel **X** ke variabel **Y** melalui variabel **Z**

Variabel Eksogen :

X₁ = Perceived Risk

X₂ = Word Of Mouth

X₃ = Lifestyle

Variabel Intervening :

Z = Kepercayaan Konsumen

Variabel Endogen :

Y = Keputusan Pembelian

© Hak

milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2. 2. Konsep Operasional Variable

NO	VARIABEL	DEFINISI VARIABEL	INDIKATOR	SKALA
1	Keputusan penggunaan (Y)	Kotler & Keller(2012) mendefinisikan keputusan penggunaan sebagai tindakan memilih dan membeli produk atau layanan tertentu.	1. Frekuensi penggunaan aplikasi 2. Dana untuk transaksi Jenis transaksi yang dilakukan 3. Tingkat kepuasan setelah penggunaan(Oliver,1999) 4. Niat untuk menggunakan kembali aplikasi di masa depan (Ajzen, 1991)	LIKERT
2	Perceived risk (X1)	Menurut Bauer(1960), perceived risk adalah ketidakpastian yang dirasakan oleh konsumen saat menghadapi keputusan pembelian yang dapat mengakibatkan kerugian.	1. Risiko finansial: potensi kehilangan uang (Kaplan, 1970) 2. Risiko performa: keandalan produk (Stone & Gronhaug, 1993) 3. Risiko sosial: dampak sosial dari keputusan (Peter & Tarpey, 1975) Risiko psikologis: kecemasan yang dirasakan saat bertransaksi (Cunningham, 1967)	LIKERT
3	Word of Mouth (WOM)	Arndt (1967) menyatakan	1. Frekuensi rekomendasi dari teman/keluarga (Westbrook & Black,	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(X2)	WOM sebagai komunikasi informal antara konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian orang lain.	1985) 2. Ulasan positif/negatif di media sosial (Sweeney & Soutar, 2001) Pengaruh dari influencer (Katz & Lazarsfeld, 1955)	LIKERT
Lifestyle (X3)	Menurut Holt (1995), lifestyle adalah cara hidup yang dipengaruhi oleh nilai, minat, dan aktivitas individu	1. Penggunaan teknologi dan aplikasi digital (Schmitt, 1999) 2. Preferensi transaksi online dibandingkan offline (Belk, 2007) Nilai efisiensi dan kemudahan dalam aktivitas sehari-hari (Cova & Cova, 2002)	LIKERT

2.10 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2019), hipotesis adalah suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dirumuskan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis yang dapat disusun sebagai dugaan sementara adalah sebagai berikut:

H_1 : Diduga Perceived Risk berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen

H_2 : Diduga Word Of Mouth berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen

H_3 : Diduga Lifestyle berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- H_4 : Diduga Kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap Keputusan pengguna
- H_5 : Diduga Perceived Risk berpengaruh terhadap keputusan penggunaan
- H_6 : Diduga Word Of Mouth berpengaruh terhadap keputusan penggunaan
- H_7 : Diduga Lifestyle berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan
- H_8 : Diduga Perceived Risk berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan melalui Kepercayaan Konsumen
- H_9 : Diduga Word Of Mouth berpengaruh terhadap keputusan penggunaan melalui Kepercayaan Konsumen
- H_{10} : Diduga Lifestyle berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan melalui kepercayaan konsumen

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang dipilih dengan tujuan untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk penelitian pemilihan lokasi harus didasarkan pada pertimbangan daya tarik, keunikan dan penerapan topik dan penelitian yang dipilih. Penelitian ini dilakukan di pekanbaru yang berada di daerah pantai Kecamatan Tampan, Riau.

3.2 Jenis Dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dan menggunakan penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2008) yang dimaksud data kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme yang digunakan pada populasi atau sampel tertentu

3.2.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam mendukung maupun menunjang penelitian ini yaitu dengan data sekunder dan data primer.

- a. Data sekunder merujuk pada sumber yang menyediakan informasi kepada pengumpul data secara tidak langsung. Informasi sekunder ini dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti jurnal, penelitian sebelumnya, buku, artikel, dan referensi lainnya. Informasi tersebut kemudian akan digunakan untuk memperkuat data lain yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti, yang bersifat akurat dan relevan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber penelitian atau subjek. Data ini dikumpulkan melalui penelitian dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada pengguna aplikasi dana di Pekanbaru.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik. Kesimpulannya Sugiyono (2019). Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah masyarakat yang melakukan Transaksi menggunakan aplikasi dana yang berada dipekanbaru,Riau.

3.3.2 Sampel

Sugiyono (2013) menyatakan bahwa sampel mewakili ukuran dan karakteristik populasi. Peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi ketika jumlah populasi besar dan sulit untuk mengontrol setiap aspeknya, misalnya karena terbatasnya sumber daya seperti dana, tenaga, dan waktu. Pendekatan sampel adalah teknik pengambilan sampel, klaim Sugiyono (2013). Ada beberapa prosedur berbeda yang digunakan untuk memilih sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Penulis menggunakan nonprobability sampling dengan purposeful sampling dalam penyelidikan mereka. Metode pengambilan sampel yang dikenal sebagai pengambilan sampel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nonprobabilitas tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap komponen (anggota) populasi untuk dipilih sebagai sampel. *Sampling nonprobabilitas purposif* adalah jenis yang digunakan dalam penyelidikan ini.

Purposive sampling adalah metode pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu. Menurut Sugiyono (2013), *purposive sampling* digunakan dalam pendekatan sampel penelitian ini, yang berarti setiap individu yang dijadikan sampel dipilih secara sengaja berdasarkan beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas responden tersebut. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Tinggal di Pekanbaru
- 2) Usia 18 – 28 Tahun (1997-2012)
- 3) Generasi Z yang memiliki dan pernah menggunakan aplikasi dana di gadgetnya

Rumus Lameshow yang ditetapkan oleh Sugiyono dapat digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang akan dikumpulkan karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui atau tidak pasti, 2014 adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang dicari

Z : Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

P : Maksimal Estimasi

d : *Alpha* (0,10) atau *sampling eror* 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan adalah:

$$n = 1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)$$

$$(0,10)^2$$

$n = 95,04$, maka dibulatkan menjadi 100 responden

3.4 Skala Pengukuran Data

Skala Likert digunakan sebagai teknik pengukuran data untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi seseorang atau kelompok. Ini mengungkapkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan dengan suatu objek. Variabel yang akan diukur kemudian diubah menjadi indikator variabel dengan menggunakan *skala likert*. *Skala Likert* memiliki gradien berikut, mulai dari sangat positif hingga sangat negatif.

Katagori	Skor/Nilai	Interval
Sangat Setuju (SS)	5	100% - 80%
Setuju (S)	4	79,99% - 60%
Netral (N)	3	59,9% - 40%
Tidak Setuju (TS)	2	39,9% - 20%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sangat Tidak Setuju (STS)	1	19,9% - 0%
---------------------------	---	------------

Sumber: SUGIYONO (2013)

3.5 Metode Pengumpulan Data

Menurut Bawono dalam Ajijah & Selvi, (2021) Teknik pengumpulan data yaitu metode pilihan bagi peneliti untuk dapat mengumpulkan, mengerjakan dan menganalisa data dan juga menarik kesimpulan. Beberapa metode yang digunakan peneliti dalam upaya pengumpulan data antara lain:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan kumpulan pertanyaan dalam penelitian yang ditujukan kepada informan atau responden yang mana wajib mitok dijawab, Jawaban kuesioner tersebut sebagai bahan untuk mengolah menganalisis, menghitung dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan peneliti serta untuk memecahkan suatu permasalahan. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang pernah menggunakan dan melakukan tranksaksi di aplikasi DANA di Pekanbaru.

3.6 Metode Analisis Data

Pendekatan *deskriptif kuantitatif*, yang memungkinkan penggunaan persamaan matematis untuk menggambarkan temuan penelitian sebelumnya dan mengikatnya dengan teori yang diterima, digunakan oleh penulis untuk menganalisis data yang dikumpulkan sebelum menarik kesimpulan. Jawaban atas pertanyaan dalam kuesioner digunakan untuk mengukur variabel dalam model analisis penelitian ini. Karena tanggapan bersifat deskriptif, sebuah nomor ditugaskan untuk menjadikannya kuantitatif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7 Uji Kualitas Data Melalui Analisis SEM PLS (Structural Equation Model Partial Least Square)

Saat menganalisis data, seseorang membandingkan satu komponen dengan komponen lainnya, satu atau lebih komponen dengan keseluruhan, dan keseluruhan menjadi komponen yang lebih kecil untuk menentukan komponen yang dominan. Untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis, digunakan teknik analisis data. Untuk administrasi data dalam proyek ini, perangkat lunak smartPLS 4. akan digunakan.

Teknik yang digunakan untuk mengatasi kekurangan dalam pendekatan regresi adalah model persamaan struktural (SEM). *Covariance Based SEM (CBSEM)* dan *Variance Based SEM*, juga dikenal sebagai *Partial Least Squares*, adalah dua metode untuk teknik penelitian *Structural Equation Model (SEM)*, menurut para ahli (PLS). Teknik analitik yang kuat seperti kuadrat terkecil parsial tidak memerlukan banyak anggapan untuk bekerja. Metode PLS (*Partial Least Square*) tidak mempertimbangkan distribusi (tidak mengasumsikan data tertentu, dapat berupa nominal, kategori, ordinal, interval dan rasio).

Saat menggunakan pendekatan *bootstrapping* atau perkalian acak, PLS (*Partial Least Square*) tidak akan memiliki masalah dengan asumsi normalitas (*Partial Least Square*). Selain itu, tidak ada jumlah minimum sampel yang harus digunakan dalam penelitian saat menggunakan PLS (*Partial Least Square*). PLS masih dapat digunakan dalam penelitian dengan sampel kecil (*Partial Least Square*). Karena PLS (*Partial Least Square*) dikategorikan sebagai tipe non-parametrik, data yang memiliki

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

distribusi normal tidak diperlukan untuk pemodelan pls. Metode analisis yang digunakan dalam PLS (*Partial Least Square*) adalah sebagai berikut :

3.7.1 Analisis Outer Model

Analisa *outer model* dilakukan untuk memastikan pengukuran tersebut praktis untuk digunakan sebagai alat ukur (*valid dan reliable*). Ini merinci hubungan antara variabel laten dan indikator dalam analisis model ini. Beberapa indikasi dapat digunakan untuk menentukan analisis model luar :

- a. Seperti terlihat dari *standardized loading factor* yang menunjukkan kekuatan korelasi antara setiap item pengukuran (indikator) dengan konstruk, *validitas konvergen* merupakan indikasi yang dinilai berdasarkan korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor konstruk. Menurut **Chin** yang dikutip oleh **Imam Ghazali**, nilai outer loading antara 0,5 dan 0,6 dianggap cukup, namun ukuran refleksif individu dianggap tinggi jika berkorelasi $> 0,7$ dengan konstruk yang ingin dinilai.
- b. Model pengukuran dengan indikator refleksif yang dievaluasi berdasarkan pengukuran crossloading dengan konstruk dikenal sebagai validitas diskriminan. Ukuran blok suatu konstruk lebih unggul dari blok lainnya jika korelasinya dengan item pengukuran lebih besar daripada konstruk lain dengan ukuran yang sama. Sementara itu, pendekatan berbeda untuk mengevaluasi validitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diskriminan melibatkan pembandingan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracte (AVE)*.

- c. *Composite Reliability* ialah suatu konstruk yang dapat dianggap dalam perspektif koefisien variabel laten diukur dengan suatu konstruk yang dikenal sebagai reliabilitas komposit. Konsistensi internal dan *alfa Cronbach* adalah dua teknik pengukuran yang digunakan untuk menilai ketergantungan komposit. Saat mengukur ini, konstruk dapat dianggap memiliki dependabilitas yang baik jika nilai yang diperoleh $> 0,70$.
- d. *Cronbach's Alpha* merupakan uji reliabilitas yang dilakukan memperkuat hasil dari composite reliability. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,7$.

3.7.2 Analisis Inner Model

Analisa inner model Ini mendefinisikan hubungan antara variabel laten berdasarkan teori substantif dan juga dikenal sebagai (hubungan batin, model struktural, dan teori substantif). Uji *R-Square* untuk konstruk dependen, uji *Stone-Geisser Q-Square* untuk relevansi prediktif, uji *t*, dan signifikansi koefisien parameter jalur struktural semuanya dapat digunakan untuk menilai analisis model bagian dalam. *R-Square* untuk setiap variabel laten dependen adalah hal pertama yang harus dipertimbangkan saat menggunakan PLS (*Partial Least Square*) untuk mengevaluasi *inner model*. Dengan demikian interpretasinya sama dengan interpretasi regresi. Untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menentukan apakah seperangkat variabel laten independen tertentu memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel laten dependen, perubahan dalam Nilai-*R Square* dapat digunakan. Nilai *Q-Square* relevansi prediktif untuk model konstruktif juga digunakan untuk menilai model PLS (*Partial Least Square*) selain nilai *R-Square*. *Q-Square* mengevaluasi seberapa baik estimasi model dan parameter menghasilkan nilai yang diamati. Ketika nilai *Q-Square* lebih dari nol (nol), model dianggap memiliki signifikansi prediktif; bila kurang dari nol (nol), model dianggap tidak memiliki relevansi prediktif.

3.7.3 Uji Hipotesa

Dalam pengujian hipotesa dapat ditentukan dari t-statistik dan nilai probabilitas. T-statistik yang digunakan untuk pengujian hipotesis, khususnya dengan menggunakan nilai statistik, adalah 1,96 untuk alfa 5%. Bila t-statistics lebih besar dari 1,96, maka hipotesis Ha diterima dan hipotesis H0 ditolak. Jika p value kurang dari 0,05, hipotesis diterima atau ditolak dengan menggunakan kemungkinan mengkonsumsi Ha.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Aplikasi Dana

Chief Executive Officer (CEO) DANA Vincent Iswara adalah pendiri dompet digital DANA. Sejak 2018 DANA dibentuk sebagai aplikasi untuk melakukan pembayaran, memungkinkan pengguna mendapatkan poin loyalitas, dan layanan keuangan yang didukung oleh lengan digital KMK Online. DANA mendapat izin untuk beroperasi sebagai perusahaan fintech di seluruh Indonesia pada 5 Desember 2018. Lewat DANA, pengguna memungkinkan melakukan transaksi mulai dari pembayaran tagihan, top up game online, kredit atau DANA Paylater, transaksi menggunakan barcode scan, hingga e-commerce. Vincent memulai DANA setelah mengenyam berbagai pengalaman di industri pembayaran digital. Pria lulusan Strategic Management Waseda University itu sempat menjadi CEO Polaris 3D pada 2001 - 2007. Selanjutnya, dia pernah mendirikan perusahaan pembayaran digital untuk para gamer melalui Indomog pada 2007 - 2015. Dia kemudian melanjutkan kariernya di bidang pembayaran digital dengan menjadi Country Head Alipay di Indonesia pada 2015 - 2017.

Melihat peluang besar pengembangan produk keuangan elektronik di Indonesia, Vincent kemudian membangun DANA pada 2017 dan resmi diluncurkan pada 2018. Mengutip catatan Bisnis, Vincent mengatakan, meski banyak yang ragu untuk menyimpan kartu debit atau kreditnya di DANA, karena khawatir terhadap keamanannya. Namun, pihaknya meyakinkan mereka bahwa sebenarnya dengan menyimpan kartu debit/kredit mereka di DANA, akan lebih aman. "Ini karena semuanya kami jaga, bahkan jika ada kehilangan kami menjamin mengembalikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

100 persen dananya. Kami punya risiko ini sangat rendah, bahkan bisa dibilang lebih rendah jika dibandingkan dengan yang lainnya," ujarnya. Meski kehilangan ponsel pun, akun pengguna bisa tetap aman bersama saldoanya, karena nomor di kartunya tidak bisa terbaca.

4.2 Visi, Misi, dan Moto Perusahaan

Untuk mendapatkan sebuah pencapaian yang maksimal dalam memberikan pelayanan transaksi maka selayaknya sebuah aplikasi memiliki visi dan misi yang jelas agar semua tujuan dapat mudah dicapai. Adapun visi dan misi aplikasi dana adalah berikut:

Visi: untuk menciptakan ekosistem pembayaran digital yang komprehensif di Indonesia.

Misi: menghadirkan solusi pembayaran yang inovatif, aman, dan nyaman kepada semua orang.

Motto: Ganti dompet

Logo Perusahaan

Gambar 4.1



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.4 Struktur Organisasi Perusahaan Aplikasi Dana

Adapun struktur organisasi perusahaan aplikasi dana sebagai berikut:

- a. *Chief Executive Officer (CEO)*: Vincent Iswara
- b. *Chief Operating Officer (COO)*: Dean Krstevski
- c. *Chief Technology Officer (CTO)*: Norman Sasono
- d. Komisaris Utama: Rudiantara

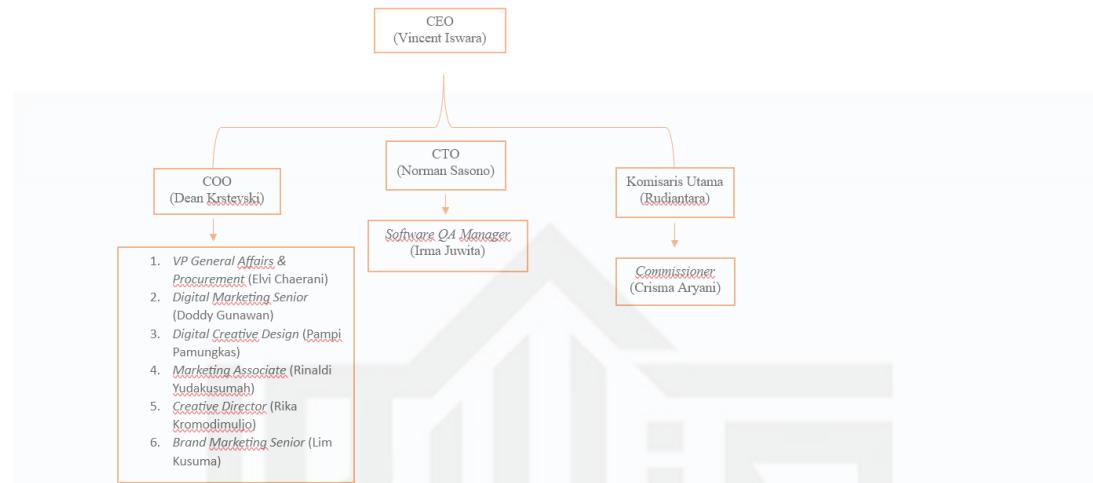
Selain posisi eksekutif utama di atas, terdapat beberapa posisi penting lainnya dalam struktur organisasi DANA:

1. VP of General Affairs and Procurement: Elvi Chaerani
2. Commissioner: Chrisma Aryani Albandjar
3. Software QA Manager: Irma Juwita
4. Digital Marketing Senior: Doddy Gunawan
5. Digital Creative Design: Pampi Pamungkas
6. Marketing Associate: Rinaldi Yudakusumah
7. Creative Director: Rika Kromodimuljo
8. Brand Marketing Senior: Lim Kusuma

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.2
Struktur Organisasi Dana



4.5 Jenis Fitur Aplikasi Dana

DANA menawarkan berbagai fitur unggulan yang membuatnya menjadi pilihan utama bagi banyak pengguna di Indonesia:

1. Transaksi Digital
2. Top-Up Saldo
3. Keamanan
4. Kemitraan
5. Integrasi E-commerce
6. Program Promo dan Cashback

4.6 Aspek Kegiatan

Aplikasi DANA sebagai salah satu penyedia layanan dompet digital di Indonesia memiliki berbagai kegiatan operasional yang saling terintegrasi untuk mendukung fungsinya sebagai platform transaksi keuangan digital. Adapun kegiatan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

utama yang menjadi bagian penting dalam operasional aplikasi DANA adalah sebagai berikut:

1. Registrasi dan Verifikasi Pengguna Proses awal penggunaan DANA dimulai dengan registrasi akun melalui nomor ponsel. Setelah itu, pengguna diwajibkan melakukan verifikasi identitas (KYC/Know Your Customer) dengan mengunggah foto KTP dan melakukan swafoto, untuk meningkatkan keamanan dan kepercayaan terhadap sistem.
2. Manajemen Saldo dan Top-Up Ialah satu kegiatan rutin pengguna adalah mengelola saldo akun. DANA menyediakan berbagai metode pengisian saldo, seperti melalui transfer bank, minimarket, dan mobile banking, sehingga memudahkan akses keuangan pengguna dari berbagai kalangan.
3. Layanan Transaksi Keuangan DANA memungkinkan pengguna melakukan beragam transaksi, seperti pembayaran tagihan listrik, air, BPJS, pembelian pulsa dan paket data, serta pembayaran merchant menggunakan kode QR (QRIS). Ini menjadi kegiatan inti yang mendefinisikan peran DANA sebagai alat transaksi non-tunai.
4. Transfer Uang Digital Pengguna dapat melakukan transfer antar pengguna DANA maupun ke rekening bank secara langsung. Fitur ini tidak hanya memudahkan, tetapi juga menekan biaya transfer antar bank yang biasanya dikenakan oleh institusi keuangan tradisional.
5. Promosi dan Program Loyalitas Untuk mempertahankan dan menarik pengguna, DANA secara aktif mengadakan kegiatan promosi seperti cashback, potongan harga, serta voucher belanja. Kegiatan ini mendukung strategi marketing digital dan mendorong intensitas penggunaan aplikasi.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa Perceived Risk (X1) memiliki pengaruh TIDAK SIGNIFIKAN terhadap Kepercayaan Konsumen (Z) pada aplikasi DANA di Pekanbaru.
2. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa Word Of Mouth (X2) memiliki pengaruh SIGNIFIKAN terhadap Kepercayaan Konsumen (Z) pada aplikasi DANA di Pekanbaru.
3. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa Lifestyle (X3) memiliki pengaruh SIGNIFIKAN terhadap loyalitas pelanggan (Z) pada aplikasi DANA Pekanbaru.
4. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa Kepercayaan Konsumen (Z1) memiliki pengaruh SIGNIFIKAN terhadap Keputusan Penggunaan (Y1) pada aplikasi DANA di Pekanbaru.
5. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa Perceived Risk (X1) memiliki pengaruh TIDAK SIGNIFIKAN terhadap Keputusan Penggunaan (Y) pada aplikasi DANA di Pekanbaru.
6. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa Word Of Mouth (X2) memiliki pengaruh SIGNIFIKAN terhadap keputusan Penggunaan (Y) pada aplikasi DANA di Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa Lifestyle (X3) memiliki pengaruh TIDAK SIGNIFIKAN terhadap keputusan penggunaan (Y) pada aplikasi DANA Pekanbaru.
8. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa kepercayaan Konsumen (Z) memiliki pengaruh TIDAK SIGNIFIKAN untuk memediasikan Perceived Risk (X1) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) pada aplikasi DANA di Pekanbaru.
9. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa kepercayaan Konsumen (Z) memiliki pengaruh SIGNIFIKAN untuk memediasikan Word Of Mouth (X2) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) pada aplikasi DANA di Pekanbaru.
10. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan (Z1) memiliki pengaruh TIDAK SIGNIFIKAN untuk memediasikan Lifestyle (X3) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) pada aplikasi DANA di Pekanbaru.

SARAN

Adapun saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Aplikasi DANA: Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen telah memiliki tingkat kepercayaan yang cukup tinggi terhadap aplikasi DANA, meskipun tetap ada risiko yang melekat dalam transaksi digital. Oleh karena itu: DANA disarankan untuk mempertahankan standar keamanan dan transparansi yang telah dibangun selama ini, karena hal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut terbukti berhasil meminimalkan pengaruh negatif dari risiko yang dirasakan.

2. Meningkatkan Strategi Word of Mouth (WOM): Perusahaan dapat mendorong WOM positif dengan memberikan pengalaman layanan yang memuaskan, memberikan insentif bagi pengguna yang merekomendasikan DANA kepada orang lain, serta secara aktif memantau dan merespons ulasan di media sosial dan platform digital. WOM yang positif terbukti memperkuat kepercayaan dan berdampak pada keputusan pembelian.
3. Menyesuaikan Strategi dengan Gaya Hidup Generasi Z: DANA disarankan untuk lebih memahami gaya hidup digital Generasi Z yang cenderung mengutamakan kecepatan, efisiensi, dan kemudahan. Inovasi fitur-fitur baru yang relevan dengan kebutuhan mereka, seperti integrasi dengan e-commerce atau layanan hiburan, dapat meningkatkan engagement sekaligus membangun kepercayaan jangka panjang.
4. Memperkuat Kepercayaan sebagai Kunci Intervensi: Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen memainkan peran penting sebagai variabel intervening. Oleh karena itu, membangun citra merek yang kredibel, menjaga kualitas layanan, dan konsistensi komunikasi sangat penting dalam mendorong keputusan pembelian digital di kalangan generasi muda.

Bagi peneliti selanjutnya, dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lainnya yang belum diteliti dalam meningkatkan tingkat

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kepercayaan dan keputusan pembelian, sehingga dapat dihasilkan penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D., Mussanadah, A. U., Kholifah, D. W., & Sarniati, S. (2022). Pengaruh Perceived Risk dan Herding Behavior terhadap Intensi Berinvestasi dengan Covid-19 sebagai Variabel Pemoderasi. *Global Financial Accounting Journal*, 6(1), 39.
- Hakim, S., & Rizky Rahmawati, A. (2023). ANALISIS PENGARUH WORD OF MOUTH, KUALITAS PRODUK, DAN ETIKA BISNIS ISLAM, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Journal of Islamic entrepreneurship and Management*, 3(2), 92–104.
- Maffiro, D. M. A., Hamdun, E. K., & Fandyanto, R. (2023). LIFESTYLE DAN WORD OF MOUTH DALAM MEMBENTUK MINAT BELI ULANG DALAM PENGGUNAAN E-WALLET DANA PADA BISNIS MAKANAN DAN MINUMAN DI TOKO MIXUE SITUBONDO DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(3), 378.
- Martiah, A., Ismulyani, H. U., & Inonu, S. H. (2023). Pengaruh Perceived Risk, Perceived Reputation, dan Trust Online terhadap Minat Beli Online Konsumen Shopee. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1333–1337.
- Megasuciati Wardani. (2023). Pengaruh Social Media, Word Of Mouth (WOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Yuika Shop. *Serat Acitya*, 12(1), 140–156.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nainggolan, N. P. (2018). Analisis pegaruh merk, potongan harga dan iklan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Ramayana Lestari Sentods Tbk di Kota Batam. *3(1)*, 84–95.
<http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jab/article/view/820>
- Noor, L. K., Ramayanti, N. E., & Sartika, D. (2023). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth and Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee. *Journal Development*, *11*(2), 97–105.
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: ALFABETA
- Sastri, G. U. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Perceived Quality, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mayoutfit. *JURNAL EKOBIS DEWANTARA*, *6*(3), 663.
https://doi.org/10.30738/ed_en.v6i3.3846
- Tjokro, C. I. (2020). Analisis Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *JURNAL MANEKSI*, *9*(1), 362–370.
- Syafiah, N. A., Kamila, Z., & Syarifah, Y. A. (2023). PENGARUH METODE PEMBAYARAN PAY LATER DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 19 dan 20 UPN Veteran Jakarta). *Account*, *10*(1), 1867–1874.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Utiyawa, F. C. O., Cahyani, P. D., & Ningrum, N. K. (2024). PENGARUH WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN MEDIA SOSIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE (STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI YOGYAKARTA). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(01), 283–295.
- Purwati, dan Rohmawati. 2012. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti). *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi*(Jenius). Politeknik Negeri Sriwijaya. 2(3)
- Rottenberg, K. J. (2010). Interpersonal trust during childhood and adolescence. USA: Cambridge University Press.
- Santoso Imam, 2008, Pengaruh Citra dan Kepercayaan Terhadap Loyitas Nasabah Pada PD. BPR BKK Jati Kudus Cabang Dawe, FE UMK, Kudus.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN : KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *PERCEIVED RISK, WORD OF MOUTH (WOM)* DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI DANA SEBAGAI PEMBAYARAN DIGITAL PADA GENERASI Z KOTA PEKANBARU MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Perkenalkan saya Febri Sarifan Kuswara Mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif



Kasim Riau. Saat ini sedang melakukan penelitian sebagai tugas akhir skripsi.

Saya mohon kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak membantu mengisi kuisioner ini.

Dalam pengisian kuisioner ini tidak ada jawaban benar atau salah, dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian saja. Seluruh identitas dan respon jawaban yang saudara/i berikan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti, sesuai dengan etika dalam sebuah penelitian. Terimakasih atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalammualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Peneliti.

FEBRI SARIFAN KUSWARA

NIM. 12070116679

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DATA RESPONDEN

Nama :

Usia : 17- 20 tahun 21- 23 tahun

jenis Kelamin: Laki-Laki Perempuan

pekerjaan : Mahasiswa/Pelajar

Pegawai Swasta

Pegawai Negeri

Wiraswasta

PNS/ASN/P3K

POLRI/TNI

Apakah Kamu Berdomisili Di Kota Pekanbaru : Ya Tidak
pendapatan kerja atau uang bulanan bagi konsumen?

> 1.000.000

2.000.000 - 4.000.000

> 5.000.000

Apakah anda mengetahui Aplikasi Dana kota pekanbaru ?

Ya Tidak

Apakah anda pernah melakukan pembelian melalui aplikasi Dana kota Pekanbaru ?

Ya Tidak

Apakah anda pernah menggunakan Aplikasi Dana Kota Pekanbaru : Ya Tidak

Petunjuk Pengisian

Silahkan memberi tanda (✓) pada kolom yang sesuai dengan pilihan anda.

Tidak ada jawaban benar atau salah. Ada lima pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pertanyaan yaitu:

SS	= Sangat Setuju	5
	= Setuju	4
	= Netral	3
TS	= Tidak Setuju	2
STS	= Sangat Tidak Setuju	1

Perceived Risk

No	Peryataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya khawatir kehilangan uang akibat kesalahan transaksi di aplikasi DANA.					
2	Saya khawatir akan dipotong saldo di potong otomatis tanpa pemberitahuan yang jelas.					
3	Saya pernah kecewa jika fitur DANA tidak bekerja sesuai harapan saya.					
4	Saya khawatir aplikasi DANA gagal memproses transaksi secara optimal.					
5	Saya khawatir orang lain menilai negatif jika saya mengalami masalah saat menggunakan DANA.					
6	reputasi saya bisa terpengaruh jika pilihan saya terhadap aplikasi DANA dianggap buruk.					
7	Saya merasa kecewa jika mengalami kendala menggunakan DANA.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

	Peryataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memperoleh informasi tentang aplikasi DANA dari teman					
2	Teman saya sering menceritakan pengalaman mereka menggunakan DANA.					
3	Saya tertarik menggunakan DANA setelah mendengar topik-topik menarik dari pengguna DANA					
4	Saya tertarik dengan promo yang ditawarkan DANA.					
5	Saya sering melihat ulasan atau pengalaman pengguna DANA melalui media sosial.					
6	Media digital membantu saya untuk mengetahui lebih banyak tentang kelebihan aplikasi DANA.					
7	Saya merasa senang membagikan pengalaman saya menggunakan DANA kepada orang lain.					
8	Saya pernah ikut berdiskusi atau memberikan pendapat tentang aplikasi DANA dalam suatu obrolan.					
9	Dana melakukan perbaikan pada layanan berdasarkan umpan balik konsumen					
10	perusahaan DANA merespons dengan baik masukan dari penggunanya.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

 © **Halaman 4** **Lifestyle**

No	Peryataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya menggunakan aplikasi DANA untuk menunjang kegiatan harian					
2	Saya mengandalkan DANA untuk keperluan pembayaran digital dalam rutinitas harian.					
3	Layanan digital DANA memudahkan gaya hidup dalam belanja					
4	Saya tertarik menggunakan teknologi keuangan seperti aplikasi DANA.					
5	Saya menggunakan DANA karena sesuai dengan preferensi konsumsi saya yang praktis dan cepat.					
6	Saya cenderung memilih DANA sebagai alat pembayaran utama saat berbelanja online maupun offline.					
7	Saya mendukung penggunaan aplikasi seperti DANA untuk mengurangi penggunaan uang tunai dan kertas.					
8	Saya peduli terhadap teknologi yang mendukung efisiensi dan keberlanjutan.					
9	Saya merasa lebih mudah bertransaksi dan berbagi dana dengan orang lain melalui DANA.					
10	DANA memudahkan saya dalam berinteraksi sosial, seperti saat patungan atau mengirim uang ke teman.					

Kepercayaan konsumen

No	Peryataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya percaya bahwa aplikasi DANA selalu dapat diandalkan dalam setiap transaksi.					
2	DANA memberikan layanan yang konsisten setiap kali saya menggunakan.					
3	DANA menyampaikan informasi tentang biaya dan layanan dengan jelas.					
4	Saya merasa DANA jujur dalam memberikan promo dan penawaran.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5	Saya yakin bahwa data pribadi saya aman saat menggunakan aplikasi DANA.						
6	Saya percaya bahwa DANA memiliki sistem keamanan yang melindungi transaksi pengguna.						
7	DANA mampu menyelesaikan permasalahan atau kendala teknis dengan cepat.						
8	Saya yakin tim pengelola DANA memiliki kompetensi tinggi dalam melayani pengguna.						
9	Saya percaya DANA mengutamakan kepentingan pengguna dalam mengembangkan layanannya.						
10	Saya merasa bahwa DANA peduli terhadap kepuasan penggunanya.						

Keputusan Pembelian

No	Peryataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tertarik menggunakan DANA setelah menyadari pentingnya dompet digital..					
2	DANA membantu saya menyelesaikan masalah dalam pembayaran sehari-hari.					
3	Saya mempertimbangkan manfaat yang ditawarkan sebelum memutuskan untuk menggunakan DANA.					
4	Aplikasi DANA memudahkan saya melakukan aktivitas dalam pembayaran.					
5	Menggunakan DANA sesuai dengan harapan saya.					
6	Saya puas dengan hasil dari keputusan saya memilih DANA sebagai alat transaksi.					
7	Saya sering menggunakan DANA dalam berbagai jenis transaksi.					
8	Saya menggunakan kembali DANA jika pembayaran digital.					

LAMPIRAN TABULASI

Name	Perceived Risk (X1)										Word Of Mouth									
	P R 2	P R 3	P R 4	P R 5	P R 6	P R 7	P R 8	P R 9	P R 0	T o t a l	W O M 1	W O M 2	W O M 3	W O M 4	W O M 5	W O M 6	W O M 7	W O M 8	W O M 9	W O M 10
Amilia	1	1	1	2	2	1	1	1	1	12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Umar	2	1	2	1	2	2	1	1	2	15	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5
Sukar	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	27	3	3	3	3	5	4	4	5	4
Riau	2	3	3	3	2	3	3	3	2	26	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
State Islamic University of Sultan Syarif	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	17	4	4	4	4	4	4	3	3	5
Amilia	2	2	2	2	2	2	2	2	2	19	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
Umar	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
Sukar	2	2	2	1	2	2	2	2	2	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Riau	2	1	3	1	2	1	2	2	2	18	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
State Islamic University of Sultan Syarif	2	2	2	1	2	2	2	1	2	18	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
Amilia	2	1	2	2	2	2	2	2	2	18	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN SUSKA Riau	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2 0	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1 7	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4 2
	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2 0	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3 5
	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1 3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4 1
	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1 8	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4 0
	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4 5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5 0
	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1 4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4 7
	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1 7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4 1
	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1 9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4 0
	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1 8	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4 1
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1 8	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4 2
	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1 8	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4 2
	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1 7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4 0
	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2 0	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4 1
	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2 5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4 0

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau 2022

4	4	4	8	4	6	4	0	4	9	4	2	4	9	4	4	4	5	4	0	4	1	4	9	4	8	4	3	4	4
5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau 2022

4	2	4	4	4	5	4	2	4	3	4	1	4	2	4	5	4	3	4	0	4	0	4	2	4	0	4	5	4	4	
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5																								



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau 4

4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	1	4	2	4	3	4	4	1	0	4	5	4	5	5	0	4	0
5	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	1	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4</																							

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4.4	4.4	5.4	5.5	5.5	5.5	5.5	4.6	4.4	5.4	4.4	4.5	5.5	5.5	4.5	5.4	5.5	4.4	4.5	4.4	4.5	4.5	4.5
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.0	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	4.0
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4.4	5.4	4.5	4.4	4.5	4.4	4.4	4.3	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.5	4.4	4.4	4.4	4.4	4.1
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4.5	4.5	4.4	4.5	4.4	4.5	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	4.4	4.4	4.0
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4.4	4.4	5.4	4.4	5.4	4.5	4.4	4.3	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.5	4.4	4.4	4.4	4.4	4.2
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4.5	4.4	5.4	4.5	4.4	5.4	4.4	4.5	4.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.4	4.5	5.5	5.5	4.5	4.9
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4.5	4.5	4.5	4.4	4.4	5.4	4.4	4.5	4.4	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	4.5	4.5	5.5	5.5	4.5	4.9
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4.5	5.5	4.4	4.4	5.5	5.4	4.4	4.5	4.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.4	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.7
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.0	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	4.0
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4.4	4.4	5.4	4.5	5.5	5.5	5.5	5.5	4.6	5.4	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	4.9
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.6	4.4	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.3
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4.5	4.5	4.4	4.5	4.5	4.4	4.4	4.2	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.5	4.4	4.4	4.4	4.4	4.5	4.3
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4.5	5.5	4.5	4.5	4.5	4.4	4.4	4.3	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	4.1
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	4.5	4.5	4.5	4.5	4.4	4.4	4.4	4.2	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.5	4.4	4.4	4.4	4.4	4.2
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau	5.4	4.5	5.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.2	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	4.5	4.4	4.4	4.5	4.5	4.2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

4	7	4	1	4	2	4	6	4	6	4	0	4	1	4	1	4	0	4	3	4	5	4	4	4	3	4	6	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	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	5	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	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5</

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau 4

4	5	4	2	4	3	4	3	4	7	4	6	4	2	4	1	1	0	4	2	4	7	4	5	4	0
4	4	4		5		5		4		4		4		4		1		1		4		5		4	
5	5	4		4		5		4		5		5		5		5		4		4		5		4	
5	5	4		4		5		4		5		5		5		5		4		4		5		4	
4	4	4		4		5		4		4		5		5		5		4		4		5		4	
5	4	5		4		4		4		5		4		5		5		4		4		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5		5		4	
4	5	4		4		0		4		5		4		4		1		4		5</td					

5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	3	3	5	4	5	4	3	4	5	4	31	31
5	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	5	3	29	29
5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	33	33
5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	29	29	29
5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	37	37
5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	29	29
5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	31	31
5	4	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	40	40
5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	25	25
5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	35
5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	25	25
5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	32	32
5	4	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	40	40
5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	32	32
5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	32	32
5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	27	27
5	4	3	4	4	3	4	5	5	4	3	3	3	36	36
5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	35	35
5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	38	38
5	4	3	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	38
5	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	34
5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	33
5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	33
5	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	36
5	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	35
5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	36
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	38
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	34
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	36
5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	34
5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	35
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	38
4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	38
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	36

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	4	5	4	4	5	4	5	35
4	5	4	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	4	4	4	4	4	33
5	5	5	5	5	4	5	4	38
4	5	4	5	5	4	5	5	37
4	5	4	5	5	5	5	5	38
4	5	4	5	5	5	5	5	38
4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	5	4	5	5	5	5	5	38
4	5	4	5	5	5	5	5	38
5	4	4	4	4	3	4	4	32
5	5	4	5	5	4	5	5	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	5	4	5	5	38
4	4	4	4	4	5	4	4	33
4	4	5	4	4	4	4	4	33
1	1	1	1	1	1	1	1	8
4	4	5	4	4	3	4	5	33
5	4	5	4	4	4	4	4	34
4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	5	4	4	33

©
H
20
Lampiran Olah Data

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	KK	KP	LS	Pr	wom			
KK1	0.891							
KK10	0.757					PR 1		0.721
KK2	0.801					PR 10		0.738
KK3	0.828					PR2		0.758
KK4	0.798					PR3		0.725
KK5	0.826					PR4		0.816
KK6	0.780					PR5		0.780
KK7	0.768					PR6		0.837
KK8	0.723					PR7		0.799
KK9	0.798					PR8		0.797
KP1		0.824				PR9		0.816
KP2		0.784				WOM5		0.751
KP3		0.761				WOM1		0.735
KP4		0.895				WOM10		0.740
KP5		0.824				WOM2		0.740
KP6		0.726				WOM3		0.721
KP7		0.894				WOM4		0.816
KP8		0.861				WOM6		0.763
LS1			0.806			WOM7		0.711
LS10			0.763			WOM8		0.732
LS2			0.730			WOM9		0.743
LS3			0.719					
LS4			0.725					
LS5			0.705					
LS6			0.765					
LS7			0.768					
LS8			0.841					
LS9			0.715					

Data Crossloading

	Kepercayaan Kosumen	Keputusan Pembelian	Lifestyle	Perceived Risk	Word Of Mouth
KK1	0.891	0.547	0.566	0.407	0.544
KK10	0.757	0.760	0.612	0.435	0.636
KK2	0.801	0.568	0.663	0.434	0.587
KK3	0.828	0.486	0.524	0.459	0.521
KK4	0.798	0.525	0.582	0.396	0.507
KK5	0.826	0.587	0.545	0.383	0.567
KK6	0.780	0.505	0.547	0.434	0.548
KK7	0.768	0.531	0.610	0.393	0.553
KK8	0.723	0.484	0.500	0.367	0.468
KK9	0.798	0.592	0.627	0.404	0.595
KP1	0.661	0.824	0.541	0.375	0.598
KP2	0.612	0.784	0.496	0.430	0.601
KP3	0.658	0.761	0.536	0.414	0.610
KP4	0.639	0.895	0.499	0.351	0.572
KP5	0.494	0.824	0.406	0.323	0.487
KP6	0.430	0.726	0.388	0.345	0.407
KP7	0.556	0.894	0.457	0.340	0.480
KP8	0.537	0.861	0.454	0.315	0.551
LS1	0.627	0.465	0.806	0.435	0.576
LS10	0.498	0.521	0.763	0.393	0.562
LS2	0.563	0.520	0.730	0.465	0.609
LS3	0.532	0.374	0.719	0.414	0.521

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta

LS4	0.555	0.468	0.725	0.505	0.571
LS5	0.489	0.364	0.705	0.410	0.469
LS6	0.570	0.469	0.765	0.485	0.546
LS7	0.560	0.400	0.768	0.363	0.514
LS8	0.562	0.456	0.841	0.362	0.495
LS9	0.524	0.346	0.715	0.368	0.527
PR1	0.388	0.276	0.483	0.721	0.473
PR10	0.460	0.400	0.465	0.738	0.537
PR2	0.333	0.393	0.366	0.758	0.498
PR3	0.436	0.301	0.463	0.725	0.469
PR4	0.321	0.282	0.380	0.816	0.408
PR5	0.304	0.374	0.374	0.780	0.428
PR6	0.415	0.438	0.415	0.837	0.498
PR7	0.462	0.402	0.505	0.799	0.572
PR8	0.463	0.273	0.415	0.797	0.512
PR9	0.348	0.300	0.421	0.816	0.412
WOM5	0.484	0.453	0.550	0.413	0.751
WOM1	0.540	0.491	0.517	0.409	0.735
WOM10	0.544	0.471	0.560	0.453	0.740
WOM2	0.478	0.557	0.495	0.613	0.740
WOM3	0.550	0.593	0.506	0.460	0.721
WOM4	0.532	0.551	0.542	0.521	0.816

WOM6	0.570	0.470	0.537	0.529	0.763
WOM7	0.512	0.463	0.566	0.369	0.711
WOM8	0.485	0.441	0.528	0.394	0.732
WOM9	0.495	0.457	0.530	0.505	0.743

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (ST...)	T statistics (O/STDEV)	P values
KK -> KP	0.710	0.691	0.112	6.324	0.000
LS -> KK	0.459	0.442	0.113	4.062	0.000
Pr -> KK	0.048	0.078	0.111	0.430	0.667
wom -> KK	0.341	0.316	0.122	2.793	0.005

	R-square	R-square adjusted
	0.597	0.585

	0.504	0.499	Composite reliability (r...)	Average variance extrac...
KK	0.936	0.939	0.946	0.637
KP	0.931	0.937	0.944	0.677
LS	0.916	0.917	0.930	0.570
Pr	0.928	0.932	0.939	0.608
wom	0.911	0.912	0.926	0.556

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

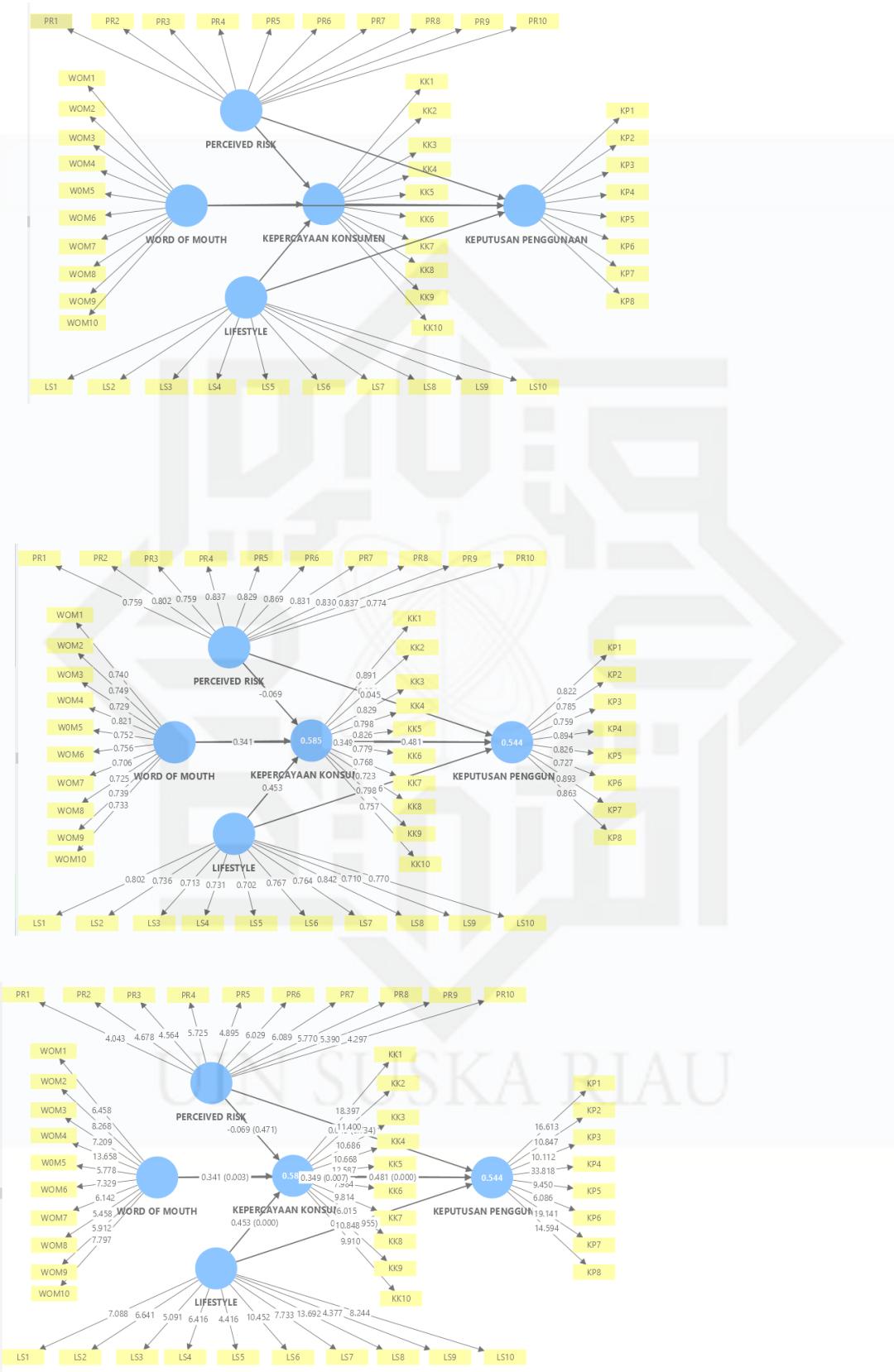
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BIOGRAFI PENULIS

Febri Sarifan Kuswara kelahiran Duri 27 Februari 2002, alamat tempat tinggal Duri, Kec. Mandau, Kab. Bengkalis, Riau. Merupakan anak pertama dari ayah Syarifuddin dan ibu Suryana dari 5 bersaudara. Menamatkan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2014 di SDN 32 Mandau. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP N 9 Mandau dan menamatkan pendidikan pada tahun 2017. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan SMAN 03 Mandau dan menamatkan pada tahun 2020. Pada tahun 2020 Penulis melanjutkan pendidikan sastra satu (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial tepatnya pada jurusan Manajemen dengan konsentrasi Pemasaran dan menamatkan pendidikan pada tahun 2025. Pada tanggal 10 Juli 2025 penulis mengikuti dan lulus ujian oral comprehensiv pada fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan dinyatakan lulus.