

**PERAN MODERASI PENGETAHUAN TENTANG RIBA DALAM  
MENJELASKAN HUBUNGAN ANTARA NORMA SUBJEKTIF,  
PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN  
TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN  
*FINTECH SHOPEE PAYLATER***

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**



**Oleh :**

**LILIS SEPTIYANINGSIH**

**NIM.19.52.21.233**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA  
2023**

**PERAN MODERASI PENGETAHUAN TENTANG RIBA DALAM  
MENJELASKAN HUBUNGAN ANTARA NORMA SUBJEKTIF,  
PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN  
TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN  
*FINTECH SHOPEE PAYLATER***

**SKRIPSI**

Dijjukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Gama  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Oleh :

**LILIS SEPTYANINGSIH**

**NIM. 19.52.21.233**

Sukoharjo, 21 Oktober 2022

Diserjasi dan disahkan oleh:  
Dosen Pembimbing Skripsi



**Frank Aligarh, S.Pd., M.Sc.**

**NIP. 19920912 201903 1 011**

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : LILIS SEPTIYANINGSIH  
NIM : 19.52.21.233  
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "PERAN MODERASI PENGETAHUAN TENTANG RIBA DALAM MENJELASKAN HUBUNGAN ANTARA NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN *FINTECH SHOPEE PAYLATER*". Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta,  
  
Lilis Septiyaningsih

## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : LILIS SEPTIYANINGSIH

NIM : 19.52.21.233

PROGRAM STUDI : AKUNTANSI SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian saya yang berjudul **"PERAN MODERASI PENGETAHUAN TENTANG RIBA DALAM MENJELASKAN HUBUNGAN ANTARA NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN FINTECH SHOPEE PAYLATER"**.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari Masyarakat yang berada di Solo-*raya*. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta,  
  
METERAI  
TEMPEL  
10000  
Lilis Septiyaningsih

Frank Aligarh, S.Pd., M.Sc.  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Lilis Septiyaningsih

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Di Surakarta

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Lilis Septiyaningsih NIM : 19.52.21.233 yang berjudul:

**PERAN MODERASI PENGETAHUAN TENTANG RIBA DALAM MENJELASKAN HUBUNGAN ANTARA NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN *FINTECH SHOPEE PAYLATER***

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun) dalam bidang ilmu Akuntansi Syariah.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.  
*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Surakarta,  
Dosen Pembimbing Skripsi



Frank Aligarh, S.Pd., M.Sc.  
NIP. 19920912 201903 1 011

**PENGESAHAN**  
**PERAN MODERASI PENGETAHUAN TENTANG RIBA DALAM**  
**MENJELASKAN NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI**  
**KEGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN**  
**TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN**  
**FINTECH SHOPEE PAYLATER**

Oleh :

**LILIS SEPTIYANINGSIH**  
NIM. 19.52.21.233

Telah dinyatakan lulus dalam ujian monograh  
pada hari Jum'at tanggal 05 Mei 2023 M / 14 Syawal 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Dina Andriany, S.E., M.Si  
NIP. 19880628 201403 2 009

Penguji II  
Rozmanur Juniatmoko, S.Pd., M.Si  
NIP. 19900607 201903 1 011

Penguji III  
Adhelia Desi Prawesti, S.Pd., M.Akun  
NIP. 19921224 202012 2 014



Mengetahui,

Dekan-Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Dekan  
Dr. Rahmawan Arifin, M.Si  
NIP. 19720304 200112 1 004

## MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(Q.S. Al-Insyirah: 6-8)

“Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(Q.S Al-Insyirah: 8)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum hingga mereka mengubah diri mereka sendiri”

(Q.S Ar-Ra’d: 11)

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain”

(HR. Ahmad, Thabrani, dan Daruqutni)

“Selalu lakukan perubahan kecil kearah yang lebih baik”

(Lilis)

“Belum terlambat untuk menjadi apa pun yang kamu inginkan”

(Lilis)

## **PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan karya sederhana ini dengan segenap rasa cinta, doa dan keikhlasannya kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdir yang Dia berikan saya bisa menjadi pribadi yang baik, ceria, berpikir, berilmu, dan beriman. Semoga satu langkah kecil ini dapat menjadi pijakan langkah yang panjang untuk masa depan dalam mewujudkan mimpi-mimpi saya.
2. Kedua orang tua saya Bapak Ngateno dan Ibu Supami yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada saya tanpa terputus.
3. Kakak laki-laki saya Nur Sodiq serta segenap keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan ridhonya dalam semua kegiatan yang saya ikuti.
4. Bapak Frank Aligarh, S.Pd., M.Sc., selaku dosen pembimbing skripsi atas kesabaran, masukan dan ilmu yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan semangat dan selalu berpikir positif.
5. Ibu Dita Andraeny, S.E., M.Si, Bapak Ronnawan Juniarmoko S.Pd., M.Akun, dan Ibu Adhelia Desi Prawestri S.Pd., M.Akun selaku dosen penguji skripsi atas waktunya sehingga dapat mempresentasikan hasil penelitian serta saran dan masukan yang telah diberikan.
6. Seluruh dosen pengampu pada Akuntansi Syariah yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
7. Calon Suamiku Kharisma Amirul Haq, calon pendamping hidup yang tidak pernah bosan mendengar keluh kesahku selama proses penyusunan skripsi,



tanpa henti memberikan saran, nasihat, dukungan dan semangat.

Terimakasih sudah selalu ada.

8. Sahabat-sahabat saya tercinta, Arum Pratiwi, Shinta Wulandari, Meilina Zuana A, Frizky Arsinata, Fardha Dwi A, Endah Kurniawati dan Dika Nikmatul yang selalu membantu dan menemani dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Teman-teman Akuntansi Syariah kelas F dan AKS G Profesional angkatan 2019 yang menjadi teman berjuang selama masa kuliah.
10. Dan Almamater tercintaku UIN Raden Mas Said Surakarta.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.*

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT selaku Sutradara dalam kehidupan dunia dan akhirat, tidak ada kuasa selain kuasa Allah SWT. *Allahuma Sholli 'ala Sayyidina Muhammad*. Sholawat serta salam senantiasa penulis lantunkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW. Hidayah serta kesempatan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Peran Moderasi Pengetahuan Tentang Riba Dalam Menjelaskan Hubungan Antara Norma Subjektif, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Menggunakan *Fintech Shopee Paylater*” sebagai tugas akhir guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Bidang Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik dari segi waktu, pikiran dan tenaganya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag., M.Pd., selaku rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bapak H. Khairul Imam, S.H.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Fitri Laela Wijayati, S.E., M.Si., selaku koordinator Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak Samsul Rosadi, S.Pd., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Bapak Frank Aligarh, S.Pd., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Bapak, Ibu, Kakak tercinta serta keluarga besar yang telah banyak memberikan doa, cinta, kasih sayang dan dukungan yang sangat luar biasa kepada penulis.
9. Teman-teman Akuntansi Syariah kelas F dan G profesional angkatan 2019.

Akhir kata, teruntuk semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah *subhanahu wa ta'ala*, semoga memberikan balasan kebaikan kepada kita semua. *Aamiin Aamiin Ya Robbal Alamin.*

*Wassalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.*

Surakarta, 12 April 2023

Penulis

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of subjective norm, perceived usefulness and perceived ease of use on intentions to use fintech Shopee Paylater with knowledge about usury as a moderating variable. This study used a purposive sampling technique and data analysis techniques using Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). This study used data collection techniques using questionnaires that were distributed to people living in Solo with a total sample of 181 people.*

*The results of this study prove that subjective norm and perceived usefulness have a positive and significant influence on the intention to use fintech Shopee Paylater. Subjective norm and perceived ease of use have a positive and significant effect on perceived usefulness. Subjective norm has a positive and significant influence on perceived ease of use. Perceived ease of use has a negative and significant effect on the intention to use fintech Shopee Paylater. Knowledge about usury moderates the subjective norm relationship to the intention to use fintech Shopee Paylater. Knowledge about usury cannot moderate the relationship between perceived usefulness and perceived ease of use on the intention to use fintech Shopee Paylater.*

*Keywords: Subjective Norm, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Intention to Use and Knowledge About Riba.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh norma subjektif, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* dengan pengetahuan tentang riba sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dan teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Last Square* (SEM-PLS). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada masyarakat yang berdomisili se-Soloraya dengan jumlah sampel sebanyak 181 masyarakat.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa norma subjektif dan persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater*. norma subjektif dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan. norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater*. Pengetahuan tentang riba memoderasi dan memperlemah hubungan norma subjektif terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater*. pengetahuan tentang riba tidak dapat memoderasi hubungan antara persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater*.

Kata Kunci: Norma subjektif, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Niat Menggunakan dan Pengetahuan Tentang Riba.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .....	iv
NOTA DINAS .....	v
PENGESAHAN .....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR .....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxii
BAB 1_PENDAHULUAN .....	23
1.1    Latar Belakang Masalah.....	23
1.2    Identifikasi Masalah.....	31

1.3	Batasan Masalah.....	32
1.4	Rumusan Masalah .....	33
1.5	Tujuan Penelitian.....	33
1.6	Manfaat Penelitian .....	34
1.7	Jadwal Penelitian.....	35
1.8	Sistematika Penulisan .....	35
BAB II LANDASAN TEORI.....		37
2.1	Kajian Teori .....	37
2.1.1	TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> ).....	37
2.1.2	Teori Perilaku Terencana ( <i>Theory of Planned Behavior</i> ).....	39
2.1.3	<i>Financial Technology (Fintech)</i> .....	40
2.1.4	<i>Paylater</i> .....	40
2.1.5	Riba .....	42
2.1.6	Niat.....	44
2.1.7	Norma Subjektif ( <i>Subjective Norm</i> ) .....	45
2.1.8	Persepsi Kegunaan ( <i>Perceived Usefulness</i> ).....	46
2.1.9	Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Perceived Ease Of Use</i> ) .....	46
2.1.10	Pengetahuan tentang Riba ( <i>Knowledge About Riba</i> ).....	47
2.2	Penelitian Yang Relevan .....	48
2.3	Kerangka Berfikir.....	58

2.4	Hipotesis .....	60
2.4.1	Pengaruh Norma Subjektif terhadap Persepsi Kegunaan .....	60
2.4.2	Pengaruh Norma Subjektif terhadap Persepsi Kemudahan .....	62
2.4.3	Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat menggunakan <i>fintech</i> <i>SPaylater</i> .....	63
2.4.4	Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Persepsi Kegunaan .....	63
2.4.5	Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Niat menggunakan <i>fintech</i> <i>SPaylater</i> .....	64
2.4.6	Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat menggunakan <i>fintech</i> <i>SPaylater</i> .....	65
2.4.7	Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Menggunakan <i>Fintech SPaylater</i> .....	66
2.4.8	Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Norma Subjektif Terhadap Niat Menggunakan <i>Fintech SPaylater</i> .....	67
2.4.9	Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Menggunakan <i>Fintech SPaylater</i> .....	67
BAB III METODE PENELITIAN.....		69
3.1	Waktu dan Wilayah Penelitian .....	69
3.2	Jenis Penelitian .....	69
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	69
3.3.1	Populasi .....	69



3.3.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	70
3.4	Data dan Sumber Data .....	71
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	72
3.6	Variabel Penelitian.....	72
3.6.1	Variabel Dependen (Y) .....	72
3.6.2	Variabel Independen (X).....	72
3.6.3	Variabel Moderasi (Z) .....	73
3.7	Definisi Operasional Variabel .....	73
3.8	Instrumen Penelitian .....	74
3.9	Teknik Analisis Data .....	75
3.9.1	Statistik Deskriptif .....	75
3.9.2	<i>Structure Equation Modeling (SEM) -Partial Last Square</i> .....	75
3.9.3	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	76
3.9.4	Pengukuran <i>Inner Model</i> atau Model Struktural.....	77
3.9.5	Uji Moderasi .....	78
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		79
4.1	Gambaran Penelitian Umum.....	79
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	79
4.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	80
4.1.3	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .	80

4.1.4	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	81
4.1.5	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat .....	81
4.1.6	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan.....	82
4.2	Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	83
4.2.1	Uji Statistik Deskriptif.....	83
4.2.2	Model Pengukuran (Uji Outer Model) .....	84
	1. Validitas Konvergen.....	87
	2. Validitas Diskriminan.....	88
4.2.3	Model Struktural atau Uji <i>Inner Model</i> .....	90
	1. Uji Determinasi.....	90
	2. <i>Predictive Relevance</i> dan Model Fit.....	91
	3. Uji Hipotesis .....	92
4.3	Pembahasan Hasil Analisis Data.....	95
4.3.1	Pengaruh Norma subjektif Terhadap Persepsi Kegunaan.....	95
4.3.2	Pengaruh Norma subjektif Terhadap Persepsi Kemudahan .....	96
4.3.3	Pengaruh Norma subjektif Terhadap Niat Menggunakan.....	97
4.3.4	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Persepsi Kegunaan.....	98
4.3.5	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Menggunakan <i>Fintech Shopee Paylater</i> .....	99

4.3.6 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Menggunakan <i>Fintech Shopee Paylater</i> .....	100
4.3.7 Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Menggunakan <i>Fintech Shopee Paylater</i> .	101
4.3.8 Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Norma subjektif Terhadap Niat Menggunakan <i>Fintech Shopee Paylater</i> .....	102
4.3.9 Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Menggunakan <i>Fintech Shopee Paylater</i> .....	103
BAB V PENUTUP.....	105
5.1 Kesimpulan .....	105
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	106
5.3 Saran-Saran .....	106
DAFTAR PUSTAKA .....	108

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	54
Tabel 4.1	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	61
Tabel 4.2	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	62
Tabel 4.3	Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	62
Tabel 4.4	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
Tabel 4.5	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat .....	64
Tabel 4.6	Deskripsi Berdasarkan Mengenyam Pendidikan .....	65
Tabel 4.7	Uji Statistik Deskriptif .....	66
Tabel 4.8	Uji Validitas Norma subjektif .....	68
Tabel 4.9	Uji Validitas Persepsi Kegunaan.....	68
Tabel 4.10	Uji Validitas Persepsi Kemudahan .....	69
Tabel 4.11	Uji Validitas Niat Menggunakan .....	69
Tabel 4.12	Uji Validitas Pengetahuan Tentang Riba .....	69
Tabel 4.13	Validitas Konvergen.....	70
Tabel 4.14	Validitas Diskriminan .....	71
Tabel 4.15	Uji Reliabilitas .....	72
Tabel 4.16	Uji Determinasi .....	73
Tabel 4.17	<i>Predictive Relevance</i> .....	74
Tabel 4.18	Model Fit.....	74
Tabel 4.19	Uji Hipotesis .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Perusahaan <i>Fintech</i> Di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna <i>Paylater</i> Di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Model TAM .....	16
Gambar 2.2 Teori TAM.....	17
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir.....	39
Gambar 4.1 Model Pengukuran.....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Jadwal Penelitian .....	96
Lampiran 2: Kuesioner Penelitian .....	97
Lampiran 3: Data Mentah Karakteristik Responden.....	101
Lampiran 4: Tabulasi Data .....	114
Lampiran 5: Analisis Deskriptif .....	121
Lampiran 6: Output SmartPLS.....	122
Lampiran 7: Uji Plagiasi.....	126

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia disetiap aspeknya dirambah oleh teknologi digital seperti kegiatan belanja, pariwisata transportasi hingga pada kegiatan seperti ekonomi yang pastinya dioperasikan secara online (Aulia et al., 2021). Saat terjadinya revolusi industri ke empat ialah periode waktu yang menyatukan teknologi otomatis dengan digital pastinya berguna untuk memudahkan kegiatan masyarakat seperti mengakses di mana pun dan kapan pun. Revolusi tersebut terjadi dan sangat penting bagi manusia dalam memenuhi kebutuhannya, karena hampir semua kegiatan manusia tidak terpengaruh secara negatif oleh penggunaan teknologi.

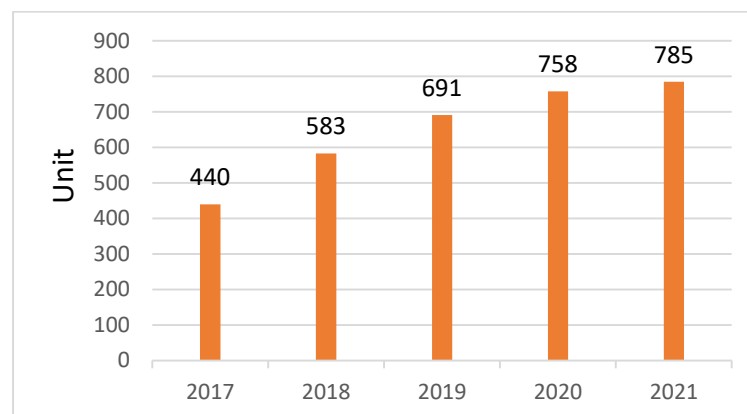
Di dunia era digital ini, perkembangan dari teknologi dan ilmu pengetahuan semakin pesat, hingga banyak bermunculan teknologi dan inovasi baru. Keberadaan perdagangan elektronik juga menjadi salah satu pemicu yang berdampak signifikan terhadap peningkatan pengguna pembayaran elektronik. Sistem pembayaran elektronik telah menjadi mesin fasilitas utama, karena transaksi antara penjual dan pembeli hanya dapat dilakukan di dunia maya dengan menggunakan transaksi elektronik (Sari, 2022).

Salah satu Fenomena inovasi saat ini dalam industri jasa keuangan adalah teknologi keuangan (*financial technology*) atau *fintech*. *Fintech* ialah sistem keuangan yang berbasis berbasis teknologi yang dapat menciptakan

barang, jasa, teknologi, atau hasil keuangan, seperti efisiensi, kelancaran, keamanan, dan kemudahan dalam sistem pembayaran (Aulia *et al*, 2021).

Melalui Organisasi Jasa Keuangan upaya pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan produk teknologi keuangan syariah (*fintech*) (Movita, 2018). Dengan adanya upaya tersebut diharapkan mampu mendorong Indonesia khususnya jasa keuangan syariah. *Fintech* bertujuan untuk menghidupkan lagi industri keuangan dengan menurunkan biaya, mendorong kualitas layanan keuangan, dan menjadikan infrastruktur sektor keuangan semakin stabil dan jenisnya banyak (Shin, 2018).

Gambar 1.1: Jumlah perusahaan *Fintech* di Indonesia (2017-2021)



Sumber : Dataindonesia.id

Jumlah bisnis *fintech* di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Dengan laju peningkatan mata uang digital saat ini. Pada 2017, terdapat 440 perusahaan *fintech* di Indonesia. Jumlahnya kemudian meningkat 32,5% menjadi 583 bisnis dalam setahun setelahnya. Jumlah bisnis *fintech* akan bertambah lagi, mencapai 691 unit pada 2019 dan 758 unit pada 2020. Pada September 2021, jumlah perusahaan *fintech* bertambah lagi sebesar 3,56%. Meski demikian, jumlah perusahaan *fintech*

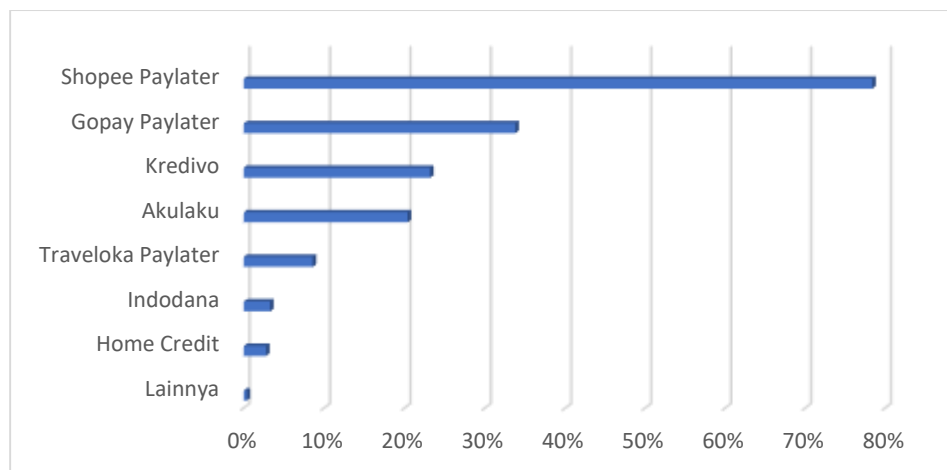


di Indonesia merupakan yang terbanyak kedua di Asia Tenggara. Dengan 1.350 perusahaan *fintech*, Singapura menjadi lokasi pertama yang disebutkan. Malaysia dekat dengan Indonesia dan memiliki 549 bisnis *fintech*. Selain itu, ada 268 perusahaan *fintech* di Vietnam dan Filipina (DataIndonesia, 2021).

Peningkatan transaksi digital juga ikut meningkatkan penggunaan uang elektronik salah satunya adalah Peralihan pembelian mass market dari *offline* menjadi *online* dengan menggunakan *market place* telah menghasilkan uang digital bisa tembus 500 juta unit. Tidak hanya itu, semua serba digital juga terus dilakukan oleh pemerintah, seperti jasa transportasi dan bidang pariwisata sehingga pertumbuhan uang digital di Indonesia pun makin. (BankIndonesia, 2022) melaporkan bahwa jumlah uang elektronik akan mencapai 594,17 juta unit pada Februari 2022. Dengan rincian, lebih dari 512,98 miliar unit (86,34%) ialah uang digital dengan basis server, dan sekitar 81,19 miliar unit. (13,67%) didasarkan pada chip atau kartu. Dibandingkan dengan awal tahun sebelumnya (year to date/ytd), jumlah uang elektronik yang dimaksud meningkat sebesar 3,28%. Selain itu, jumlahnya meningkat sebesar 30,49% (year over year/yoy) dari posisi Februari 2021. Selain itu, jumlah uang elektronik yang terdaftar di pasaran hanya 99,2 juta unit (16,7%) dan masih ada sekitar 484,92 juta unit (83,3%) yang tidak terdaftar. Jumlah uang elektronik yang saat ini tercatat di LKD baru menembus angka 23,18 juta unit. Selain itu, jumlah transaksi tahun 2021 akan melampaui 8,26 juta transaksi. Angka ini dapat berubah sebesar 45,07% dari tahun sebelumnya. Nilai transaksi tersebut sekitar Rp786,35 triliun. Nilai lancar meningkat 55,73% dari tahun sebelumnya yang hanya sedikit Rp504,96 triliun.

Salah satu platform belanja paling populer saat ini adalah Shopee. Platform ini ialah aplikasi online yang ada pada seluler pertama di Indonesia, Singapura, Thailand, Filipina, Malaysia, Vietnam, dan Taiwan dengan memberikan tawaran fitur dalam transaksi pembelian online yang aman. Banyak fitur yang ditawarkan, seperti aktivitas pembukuan di BukuKas, *cashback*, program cicilan, penambahan limit, dan lain-lain. Selain itu, pengguna dapat meng-update agar tetap menjadi baru dari akun shopee penjual yang diikuti konsumen. Tidak hanya itu, konsumen juga bisa menambahkan produk favoritnya dari berbagai kategori ke dalam daftar belanjanya, seperti pakaian, elektronik, aksesoris, dan perlengkapan lainnya (Putri, 2022). Pada akhirnya shopee pun menciptakan fitur yang inovasi khusus pada *paylater* yang disebut *SPaylater*.

Gambar 1.2: Pengguna Aplikasi Paylater Terbanyak Di Indonesia (2022)



Sumber : Kompas.com

Sebuah survey yang dilakukan oleh Populix yang bertajuk “*Consumer Preference Towards Paylater Apps*” dengan 100 responden melakukan kegiatan daring di usia 18-55 yng dilaksanakan di sejumlah kota di Indonesia. Hasilnya di

Indonesia menjadi negara pengguna *Shopee Paylater* terbanyak. Sekitar 78,4% responden pengguna *shopee paylater*, lalu 33,8% di posisi kedua masyarakat menggunakan *Gopay Paylater*. Selanjutnya ada *Kredivo* dan *Akulaku* dengan persennya sebesar 23,2% dan 10,4%. Untuk posisi selanjutnya ada *Traveloka paylater* dengan responden sebanyak 8,6%. Lalu responden *paylater* di *indodana* mencapai 3,3%, terdapat 2,8% menggunakan *Paylater Home Credit*, lalu untuk pengguna *paylater* lainnya sebanyak 0,4% responden.

Awal 2019 baru diperkenalkan fitur *Shopee Paylater* yang menjadi metode pembayaran inovatif dalam transaksi bisnis jika dibandingkan dengan metode lain. *Shopee paylater* digunakan hanya oleh orang yang terpilih, karena dalam membeli produk pastinya pembayarannya dilakukan dengan cicilan dan dapat memilih periode pembayaran. *Shopee* bekerja sama dengan perusahaan pinjaman P2P PT Lentera Dana Nusantara (LDN) untuk layanan *SPaylater* yang dimaksud (*Shopee*, 2019).

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas beragama muslim, sebagian besar penduduknya pasti taat dengan aturan yang ada di agama (islam). Masyarakat juga sudah tidak merasa asing akan kata *riba*, dikarenakan salah satu transaksi yang banyak mengandung unsur *riba* adalah *SPaylater*.

Penelitian tentang *SPaylater* sudah banyak digunakan oleh beberapa peneliti sebelumnya diantaranya, Putri (2022) dalam penelitiannya menggunakan teori TAM dan variabel yang digunakan yaitu literasi keuangan, kemudahan dan resiko yang digunakan untuk mengetahui pengaruh niat dalam penggunaan *SPaylater*.

Penelitian Asja et al (2021) dalam penelitiannya menggunakan teori TAM dan variabel yang digunakan yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan pendapatan terhadap niat menggunakan *SPaylater*. Penelitian Orientani et al (2021) dalam penelitiannya menggunakan teori TAM dan TPB, variabel yang digunakan yaitu *Perceived cost*, *perceived compatibility* dan norma subjektif terhadap niat menggunakan *SPaylater* dimediasi oleh *attitude*. Dari penelitian diatas maka penulis menggunakan variabel norma subjektif, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan *fintech SPaylater* yang dimoderasi oleh Pengetahuan Tentang Riba.

Dalam konteks ini, maksud dari niat ialah saat seseorang menggunakan sistem shopee paylater. Maksudnya bahwa mereka niat ialah mereka menggunakan perasaan saat menggunakan aplikasi shopee dan pastinya tertarik tanpa adanya paksaan dalam pelayanan dan fasilitas pembayaran yang ada pada shopee paylater. (Putri, 2022). Tidak hanya itu mereka yang menggunakan akan berpendapat dengan layanan yang disediakan shopee pasti dapat memberikan dampak dan kegunaan yang baik bagi penggunanya.

Perasaan senang akan produk dan ingin sekali menggunakannya menjadi awal niat manusia Niat manusia. Dengan berbelanja lebih sering, keinginan terpuaskan. Hal-hal tersebut dapat terjadi pada niat individu dengan persepsi mengenai kemudahan dan kegunaan yang didapatkan ketika mereka menggunakan uang elektronik dan juga isiko kecil yang diperoleh, maka mereka akan terdorong untuk menggunakan uang digital tersebut (Prasetya & Putra, 2020).

Norma subjektif adalah pengaruh sosial di sekitar individu mengenai suatu persepsi, yang menimbulkan harapan untuk menentukan penggunaan perilaku tertentu (Ramdhan, 2016). Norma subjektif bisa diartikan sebagai kepercayaan individu, yang kemudian akan dilihat oleh kelompok acuan ketika melakukan perilaku tertentu. Terbentuk karena pengaruh orang sekitar, serta asumsi yang terbentuk dari manusia ke manusia lain sehingga membawa dampak bagi seseorang menggunakan suatu teknologi, dan bersifat subjektif sebagai sikap dan perilaku juga dipengaruhi oleh keyakinan (Adhinagari, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Aji., *et al* (2020) memperoleh bukti bahwa Norma subjektif memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Konsisten dengan penelitian Andriansyah., *et al* (2021), Utomo (2018) memperoleh bukti bahwa terdapat faktor yang berpengaruh terhadap niat menggunakan yaitu Norma subjektif.

Persepsi Kegunaan ialah individu yang sadar akan penggunaan suatu teknologi mampu bermanfaat dalam meningkatkan kemampuan mengerjakan semua kegiatannya (Pratama, 2019). Saat produk mempunyai kegunaan dalam kehidupan nyata, maka akan membawa peluang digunakan masyarakat secara bersamaan.

Penelitian yang dilakukan Aji., *et al* (2020), Nadia., *et al* (2022), Hendy., *et al* (2020) memperoleh bukti bahwa terdapat pengaruh positif antara PU dengan niat menggunakan *e-money*. Konsisten dengan penelitian Utomo (2018) memperoleh

bukti bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi niat menggunakan *e-money* yaitu PU.

Menurut (Kurnianingsih, 2020) Persepsi Kemudahan ialah kepercayaan dalam penggunaan sistem informasi tidak memerlukan kegiatan yang menguras tenaga dalam mengoperasikannya. Dengan sistem yang mudah digunakan dan dipahami, kemungkinan seseorang menggunakan uang elektronik semakin besar.

Penelitian yang dilakukan Aji., *et al* (2020), Nadia., *et al* (2022) memperoleh bukti bahwa terdapat pengaruh positif PEU terhadap niat menggunakan *e-money*. Konsisten dengan penelitian Wahyu., *et al* (2018), Reyhan & Amri (2020), Utomo (2018) memperoleh bukti bahwa niat menggunakan *e-money* juga dipengaruhi oleh PEU.

Peneliti tidak hanya menguji faktor penentu niat menggunakan *fintech SPaylater* tapi juga menggunakan variabel moderasi. Moderasi pada penelitian ini adalah pengetahuan tentang riba. Variabel tersebut ialah pemahaman mengenai ajaran agama Islam yang menjadi pedoman dan dianut oleh seseorang (Abdullah & Shahrudin, 2016). Riba berasal dari arab “raba” yang secara harfiah berarti “tumbuh” atau “memperluas” atau “meningkat” atau “mengembang” atau “berlebihan” (Ahmad dan Hassan, 2007). Menggunakan akad qard untuk menganalisis hukum Islam, sistem transaksi uang elektronik *Spaylater* mengungkapkan bahwa struktur didalamnya mengandung unsur-unsur yang bertentangan dengan Syari'ah, yaitu berupa piutang dan riba karena adanya suatu biaya yang dibebankan (Monica, 2020).

Modern ini, masyarakat umum banyak mempunyai kekuatan mengenai teknologi digital dan memanfaatkan aplikasi shopee dalam melakukan bisnis ataupun berbelanja secara digital. Dengan demikian, penulis akan fokus pada masyarakat berdomisili Se-Soloraya generasi Z. Generasi Z ialah generasi andal dalam mengoperasikan semua aktivitasnya dalam 1 waku sekaligus seperti nge-tweet melalui handphone, *searching* melalui laptop dan mendengarkan musik dengan *headsheat*. Generasi Z yaitu rentang kelahiran 1995 -2014 atau usia 17 – 28 tahun (Bencsik et al , 2016). Masyarakat yang lahir di generasi Z merupakan masyarakat yang sudah dapat mengetahui secara detail bagaimana perkembangan dari dunia bisnis di era digital saat ini dan khususnya pada *Financial Technology* (fintech).

Berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian sebelumnya, bahwa demikian penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Peran Moderasi Pengetahuan Tentang Riba Dalam Menjelaskan Hubungan Antara Norma Subjektif, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Menggunakan *Fintech Shopee Paylater*”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Masih sedikit masyarakat untuk membangun kesadaran pengetahuan tentang riba terhadap transaksi di *Shopee Paylater*.

2. Belum banyak yang meneliti tentang pengetahuan tentang riba terhadap niat menggunakan *Shopee Paylater*. Sehingga peneliti ingin melakukan pengujian dengan topik tersebut.
3. Kemajuan zaman digital sekarang membuat banyak konsumen menggunakan layanan pembayaran online, sehingga masyarakat beralih menggunakan pembayaran tradisional ke pembayaran online salah satunya *Shopee Paylater*.
4. Berubahnya gaya hidup masyarakat yang lebih tertarik menggunakan transaksi *online Shopee Paylater* tanpa memahami terdapat unsur riba atau tidak.
5. Penelitian sebelumnya yang terkait dengan moderasi pengetahuan tentang riba masih belum memiliki hasil yang konsisten, jadi perlu adanya penelitian lebih lanjut.

### **1.3 Batasan Masalah**

Permasalahan penelitian ini cukup luas, agar peneliti fokus maka diperlukan pembatasan masalah. Maka pembahasan selanjutnya dalam penelitian ini hanya terbatas pada:

1. Masyarakat yang menggunakan aplikasi *Spaylater* di wilayah Soloraya menjadi sampel yang digunakan.
2. Penelitian ini menggunakan variable dependen niat menggunakan *Fintech Spaylater*. Variable independent yang digunakan yaitu norma subjektif. sedangkan moderasi yang digunakan adalah Pengetahuan Tentang Riba.



#### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap persepsi kegunaan?
2. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap persepsi kemudahan?
3. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap niat menggunakan *Fintech Spaylater*?
4. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan?
5. Apakah Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap niat menggunakan *Fintech Spaylater*?
6. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat menggunakan *Fintech Spaylater*?
7. Apakah pengetahuan tentang riba memoderasi norma subjektif terhadap niat menggunakan *Fintech Spaylater*?
8. Apakah pengetahuan tentang riba memoderasi persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan *Fintech Spaylater*?
9. Apakah pengetahuan tentang riba memoderasi persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan *Fintech Spaylater*?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah ini, maka tujuan dilakukannya penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif berpengaruh terhadap persepsi kegunaan.

2. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif berpengaruh terhadap persepsi kemudahan.
3. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif berpengaruh terhadap niat menggunakan *Fintach Spaylater*.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan.
5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan berpengaruh terhadap niat menggunakan *Fintech Spaylater*.
6. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat menggunakan *Fintech Spaylater*.
7. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang riba memoderasi persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan *Fintech Spaylater*.
8. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang riba memoderasi norma subjektif terhadap niat menggunakan *Fintech Spaylater*.
9. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang riba memoderasi persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan *Fintech Spaylater*.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Diharapkan dengan penelitian dilakukan berguna sebagai berikut;

1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini bermanfaat secara teoritis yaitu memperluas pengetahauna, wawasan masyarakat mengenai riba.

2. Manfaat Praktis

- a. Teruntuk mahasiswa, diharapkan berguna dalam memberikan wawasan bagi pembaca, terutama fokus pada akuntansi yang mereka harus sejak dini untuk menyiapkan perilaku etis sebelum terjun ke dunia kerja langsung.
- b. Teruntuk akademis, diharapkan berguna untuk mencoba mempertimbangkan mengenai pengembangan program yang dapat mendukung mahasiswa agar etika tetap diperhatikan, terintegrasi, profesional dan siap menghadapi dunia kerja.
- c. Teruntuk penelitian di masa yang akan datang, diharapkan berguna untuk mengembangkan wawasan, pengetahuan dan pengalaman yang dapat dipakai untuk pedoman di masa depan.

## **1.7 Jadwal Penelitian**

*Terlampir*

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Agar wacana mengenai penelitian ini sesuai dengan tujuannya, komposisi penelitian ini dibagi menjadi lima bagian, yang terdiri dari:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bagian ini mencakup kerangka kontekstual dari masalah yang berfungsi sebagai dasar penelitian bersama ringkasan penelitian untuk mendefinisikan masalah lebih lanjut. Selain itu, bab ini menggambarkan tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan metodologi penulisan.

## **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bagian ini memaparkan uraian kajian teori, hasil penelitian yang relevan, dan kerangka berfikir dan hipotesis penelitian

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bagian ini mengeksplorasi waktu dan lokasi penelitian, metodologi penelitian, populasi sasaran dan ukuran sampel, data dan sumbernya, metode pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel, alat penelitian dan teknik analisis data.

## **BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini memaparkan gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data dan pembahasan hasil analisis

## **BAB V: PENUTUP**

Bagian ini menyajikan kesimpulan akhir yang berasal dari temuan penelitian yang dibahas pada bagian sebelumnya, kendala penelitian, dan rekomendasi untuk memajukan penelitian masa depan yang berlabuh pada hasil penelitian.

## BAB II

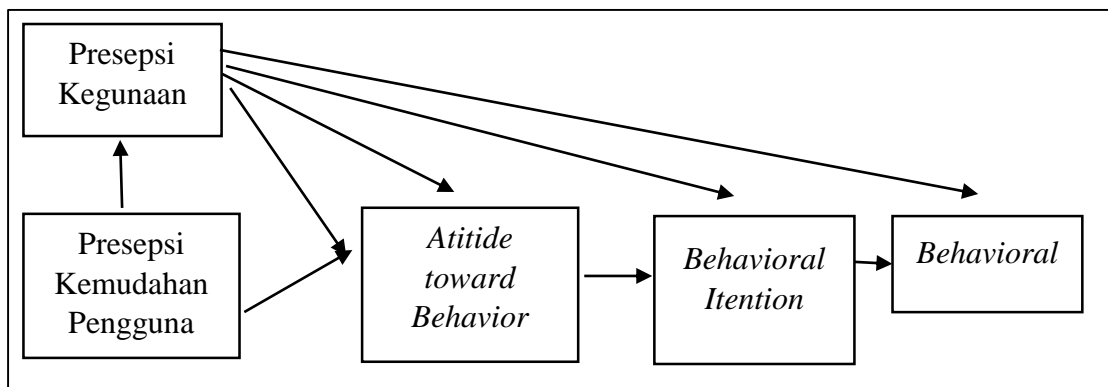
### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Kajian Teori

##### 2.1.1 TAM (*Technology Acceptance Model*)

Teori yang dikembangkan Davis 1999 ialah TAM. Davis mengembangkan teori tersebut berguna untuk memberikan informasi mengenai sistem teknologi yang bisa diterima atau tolak oleh penggunanya. Selain itu, tujuan teori ini dikembangkan ialah untuk mengetahui bagaimana penyebab yang mempengaruhi penerimaan teknologi yang bisa dicapai secara luas. *Theory of Reasoned Action* (TRA) mempunyai turunan teori yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein 1980 menjadi TAM (Saparudin et al., 2020).

Gambar 2. 1 Model TAM Menurut Fred Davis dan Venkatesh (1996)

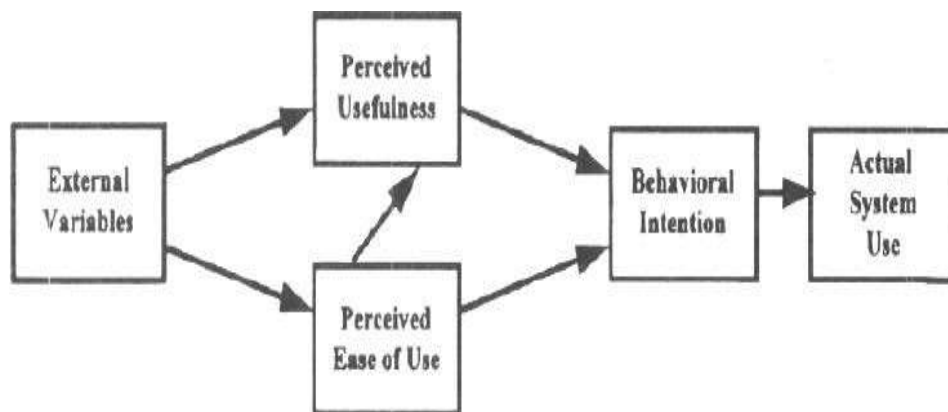


Sumber : (irawati et al, 2020)

Pada model tersebut terbagi menjadi dua sisi, dimana sisi yang pertama merupakan keyakinan yang terdiri atas persepsi kemudahan pengguna (*Perceived Ease of Use*) serta persepsi kegunaan yang dirasakan oleh pengguna (*Perceived Usefulness*). Sedangkan yang kedua merupakan sikap, niat perilaku dan perilaku

pengguna, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Konsep di atas digunakan untuk menunjukkan gambaran mengenai niat pengguna serta perilaku pengguna dalam menggunakan suatu teknologi yang baru dengan teknologi yang sudah ada sebelumnya (Saparudin et al., 2020). Berkembang pesatnya suatu teknologi membuat penelitian yang berhubungan dengan pendekatan atau model TAM terus berkembang, dimana terdapat beberapa faktor-faktor yang muncul dari niat perilaku (*behavioral intention to use*) seperti pada gambar berikut (Aljoza et al., 2012)

Gambar 2.2 Teori TAM yang Dikembangkan



Sumber : (irawati et al, 2020)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa terdapat penelitian-penelitian yang berusaha untuk melakukan pengembangan TAM melakukan penambahan variabel luar selain yang sudah tercantum. Terdapat beberapa variabel eksternal yang dapat digunakan berupa argumen perusahaan, daya tarik budaya, norma subjektif, pengaruh dan tekanan sosial, kecocokan pekerjaan dengan teknologi serta situasi (Aljoza et al., 2012).

### 2.1.2 Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)

Menurut Ramdhani (2020), *Theory of Planed Behavior* (Teori perilaku terencana) adalah teori yang menjelaskan mengapa seseorang mengalami bahaya karena ada niat yang digunakan untuk mencegah bahaya. Menurut Corisini (2002), intensitas (niat) adalah tingkat usaha yang diperlukan untuk melakukan suatu tugas, baik yang sederhana maupun yang kompleks. Intensitas insiden adalah tingkat bahaya yang dihadapi individu. Hipotesis terencana cocok digunakan untuk mendeskripsikan perilaku apapun yang memerlukan perencanaan. (Ajzen, 1991).

TAM ialah penyempurnaan dari hipotesis reasoned action theory. Menurut Fishbein dan Ajzen (1975), bukti ilmiah mendukung premis teori tindakan beralasan bahwa norma subjektif dan sikap terhadap perilaku adalah dua faktor yang mengarah pada niat untuk melakukan tindakan tertentu. Ajzen (1988) menambahkan satu faktor lagi, yaitu persepsi individu terhadap kontrol perilaku. Teori tindakan beralasan diubah menjadi teori perilaku terencana sebagai akibat dari kehadiran faktor-faktor ini.

Menurut teori ini, sikap seseorang terhadap perilakunya merupakan faktor penting dalam menentukan apakah dia akan bertindak atau tidak. Namun, ketika menilai tingkat kontrol perilaku yang dirasakan seseorang dan menguji norma penilaian, seseorang harus mempertimbangkan sikap orang tersebut. Jika ada pandangan yang menggembirakan, dukungan dari orang-orang sekitar dan pandangan keterusterangan karena tidak ada halangan untuk bertindak, maka pada saat itu niat seseorang untuk bertindak akan lebih tinggi (Ajzen, 2005).

### **2.1.3 *Financial Technology (Fintech)***

*Financial Technology*, juga dikenal sebagai keuangan berbasis teknologi, merupakan perkembangan terbaru dalam memperluas sektor jasa keuangan. Fintech dikenal sebagai bidang ekonomi yang terdiri dari organisasi yang menggunakan inovasi untuk meningkatkan efektivitas administrasi keuangan. (2016) (Chuang et al. Shin (2018) mengatakan bahwa Fintech berfokus pada industri baru yang menggunakan teknologi, terutama teknologi informasi (TI), untuk membuat sistem keuangan bekerja lebih baik. Inovasi paling signifikan dalam sektor jasa keuangan yang berkembang pesat dimungkinkan oleh teknologi informasi adalah fintech.

*Financial Technology* adalah pengembangan teknologi keuangan untuk menciptakan model bisnis, teknologi, dan produk baru. *Fintech* mengubah paradigma bisnis konvensional menjadi lebih moderat. Daripada harus melakukan pembayaran secara langsung atau melalui telepon seperti dulu, kini transaksi dapat diselesaikan dengan cepat dan dimana saja melalui internet.

### **2.1.4 *Paylater***

Paylater adalah metode pembayaran yang memungkinkan Anda membeli sekarang dan membayar nanti. Paylater merupakan hasil kerjasama PT Trade Money (substansi bisnis) dan PT Lentera Dana Nusantara (tahap penyaluran pinjaman) dan PT Shopee Worldwide Indonesia (Shopee). Salah satu fitur yang tersedia bagi pengguna aplikasi Shopee adalah Shopee Paylater atau lebih sering



disebut dengan SPaylater. SPaylater adalah metode pembayaran yang menggunakan pinjaman instan berbunga rendah (Shopee, 2020).

SPaylater dapat diaktifkan ketika pengguna Shopee memenuhi persyaratan untuk menggunakan fitur Shopee Paylater. Untuk menjadi pengguna terpercaya, Anda harus memenuhi sejumlah persyaratan, seperti memiliki akun Shopee yang aktif dan terverifikasi. Kemudian, akun Shopee aktif selama tiga bulan penuh dan sering digunakan untuk transaksi. Aplikasi Shopee terbaru harus terpasang di akun pelanggan. Pengguna dapat melakukan pembelian dan memilih SPaylater sebagai metode pembayaran pilihan setelah memenuhi persyaratan di atas. Jika fitur Shopee Paylater tidak tersedia, pelanggan tidak dapat menyelesaikan transaksi yang telah didukung oleh Shopee. Bergantian, akun pengguna Shopee Paylater dibuat secara otomatis setelah metode pembayaran SPaylater tersedia (Shopee, 2020).

Hanya aplikasi Shopee yang dapat digunakan untuk memulai SPaylater, dan pelanggan diharapkan untuk menunjukkan KTP dan foto konfirmasi wajah. Shopee juga akan meminta informasi pengguna, khususnya informasi terkait pekerjaan. Dalam dua jam, tim yang sesuai akan menerima permintaan aktivasi. Jika berhasil, klien akan mendapatkan pemberitahuan bahwa mereka telah berhasil menggunakan SPaylater. Selain itu, klien akan mendapatkan batas kredit yang menyertai sebagian dari keunggulan pertukaran yang lebih besar di Shopee. Jika pengguna sering berbelanja, limit SPaylater yang terbentuk juga bertambah (Sidabutar, 2020).

Pengguna diharuskan membayar SPaylater dalam jangka waktu pembayaran yang telah ditentukan, bisa dua bulan, tiga bulan, atau enam bulan. ShopeePay,

dompet virtual, atau Indomaret adalah pilihan untuk melakukan pembayaran. Fitur riwayat pengguna, yang memungkinkan pengguna untuk melihat catatan barang yang telah dibeli dan dibayar, adalah opsi fitur SPaylater yang paling menonjol. Begitu juga dengan pilihan pada menu charging yang berisi data jumlah label yang akan dibeli dan kapan harus mengurus cicilan. Pelanggan yang terlambat membayar tidak dapat menggunakan SPaylater untuk menyelesaikan pembeliannya sampai tagihan dibayar. Selain itu, keterlambatan dapat mencegah penagihan lapangan, pembuatan akun Shopee, penggunaan kupon Shopee, dan pencatatan di SLIK (sistem layanan informasi keuangan) (Shopee, 2020).

### **2.1.5 Riba**

Kata riba berasal dari bahasa Arab, secara etimologis berarti bertambah (al-ziyadah), tumbuh (an-numuw), meningkat/menjadi tinggi (al-'uluw), menjulang (al-rif'ah) dan bertambah (al-rima) (Pardiansyah, 2022). Ada ungkapan Arab kuno yang berbunyi sebagai berikut, “arba fulan ‘ala fulan idza azada ‘alaihi” Seseorang melakukan riba terhadap orang lain ketika ada tambahan atau halangan lain, atau ketika mereka menyimpang dari sesuatu yang mereka telah diberikan dengan cara yang berbeda dari apa yang diberikan kepada mereka.

Dalam surat al Baqarah (2) ayat 275 Allah SWT berfirman yang artinya “Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. Menurut Abu Zahra, jual beli barang diperbolehkan karena mengandung keseimbangan antara untung dan rugi (al-ghunmu bil gurmi), sedangkan riba dilarang karena melanggar kaidah

sebelumnya dengan melanggar keseimbangan resiko antara untung dan rugi yaitu usaha menguntungkan tanpa menanggung risiko rugi (Pardiansyah, 2022).

Ada beberapa pendapat dalam menjelaskan riba, tetapi secara umum orang setuju bahwa riba adalah tambahan, baik dalam transaksi pinjam meminjam di bawah paksaan atau bertentangan dengan prinsip muamalah Islam. Mengenai hal ini Allah Subhanahu Wata'ala mengingatkan dalam firmanNya QS An-Nisaa'[4]:

29

تَقْتُلُوا وَلَا تَكُفِّرُوا عَنْ تِجَارَةٍ تَكُونُ أَنْ تَكُونَ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا  
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ أَنْفُسَكُمْ

Terjemahannya :

*“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”*

Allah Subhanahuwata'ala mengancam akan memberi balasan yang keras kepada orang Yahudi yang memakan riba. Allah berfirman dalam QS. An-Nisaa'[4]:160-161

كَثِيرًا اللَّهُ سَبِيلٍ عَنْ وَبَصَدِهِمْ لَهُمْ أُجَلَّتْ طَيِّبَتٍ عَلَيْهِمْ حَرَمْنَا هَادُوا الَّذِينَ مِنْ فَبِطْلَمِ  
۱۶۰  
مَنْهُمْ لِلْكَافِرِينَ وَأَعْتَدْنَا بِالْبَاطِلِ النَّاسِ أَمْوَالٍ وَآكَلِهِمْ عَنْهُ نُهَوَا وَقَدْ الرِّبَا وَأَخَذَهُمْ  
۱۶۱ لِيَمَّا أَعْدَابًا

Terjemahnya:

*“Maka, disebabkan kedzaliman orang-orang Yahudi, kami haramkan mereka (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya) dihalalkan bagi mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang darinya, karena mereka harta orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir diantara mereka itu siksa yang pedih.”*

Dari perspektif Islam, riba adalah keuntungan yang terjadi baik dalam transaksi penjualan maupun hutang, jika didefinisikan lebih lanjut. Ada dua macam riba di bawah pertukaran air: riba "al-jahiliyyah" (penambahan utang yang tidak terkait dengan utang dan tidak digunakan dalam transaksi pembayaran) dan riba "al-qardh" (kelebihan utang sebagai hukuman atas keterlambatan pembayaran). ). Dua jenis riba tambahan dapat diakses dalam pertukaran transaksi: kelebihan karena kesepakatan ganda dalam transaksi dan riba al-fadhl (kelebihan karena pertukaran barang riba (Farooq, 2009).

### **2.1.6 Niat**

Niat menggunakan adalah ketika seseorang menggunakan aplikasi tertentu untuk menyelesaikan transaksi, seperti pembelian, pembayaran, atau jenis transaksi lainnya (Setyo et al., 2015). Niat juga menjadi objek penelitian saat menggunakan sistem teknologi dan melakukan transaksi seperti e-money.

Kotler dan Keller (2012), niat adalah keputusan akhir konsumen mengenai merek mana yang akan diprioritaskan atau dipilih. Zarrad dan Debabi (2012) mencirikan ekspektasi sebagai komponen inspirasional yang memengaruhi

mentalitas individu terhadap apa yang dianggap hebat.

Terdapat dua indikator niat didasarkan konsep Aji et al (2019) ialah berikutini:

1. Berniat untuk menggunakan
2. Rutin menggunakan

### **2.1.7 Norma Subjektif (*Subjective Norm*)**

Menurut Aryadhe (2018), norma subyektif seseorang adalah persepsi mereka tentang kepercayaan atau ketidakpercayaan orang lain, yang akan mempengaruhi niat mereka untuk melakukan perilaku yang dimaksud. Standar emosional berhubungan dengan cara berperilaku sosial yang dikoordinasikan untuk melakukan atau berhenti melakukan suatu aktivitas. Norma subyektif, menurut Esthiningrum & Sari (2019), adalah persepsi orang bahwa sebagian besar orang penting bagi mereka, terlepas dari kenyataan bahwa mereka mungkin atau mungkin tidak terlibat dalam perilaku tertentu. Pengaruh dapat datang dalam bentuk dukungan atau persetujuan yang kuat dari orang lain atas suatu gagasan atau tindakan (Syarfi & Asandimitra, 2020).

Menurut konsep Aji et al (2020) terdapat 4 indikator norma sibjektif sebagai berikut:

1. Menggunakan dimasa yang akan datang
2. Jika diberi kesempatan akan menggunakannya
3. Tertarik menggunakan
4. Berfikir untuk menggunakan

### **2.1.8 Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)**

Persepsi ini yang terlihat yang dicirikan oleh Davis (1989) memberi klien rasa kepastian bahwa memanfaatkan kerangka kerja atau inovasi akan menghasilkan manfaat dan dapat bermanfaat. Menurut Esthiningrum & Sari (2019), persepsi seseorang tentang manfaat yang dirasakan suatu sistem adalah ketika mereka percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan efisiensi dan efektivitasnya dalam kehidupan sehari-hari. Kegunaan penggunaan teknologi informasi diharapkan dapat cukup membantu seseorang dalam menjalankan tanggung jawabnya. Ketersediaan sistem untuk dimanfaatkan dipengaruhi oleh kegunaan yang dimaksudkan. Seiring kemajuan teknologi, orang akan semakin membutuhkan penggunaan Fintech. Pemanfaatan sistem berbasis teknologi terutama ditujukan untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi.

Menurut konsep Aji et al (2020) terdapat empat indikator Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berikut ini:

1. Meningkatkan system pembayaran
2. Meningkatkan kualitas
3. Meningkatkan produktivitas
4. Meningkatkan efektivitas

### **2.1.9 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)**

Seperti yang ditunjukkan oleh (Davis, 1989), melihat kemudahan penggunaan dicirikan sebagai keyakinan pembeli dalam hal pemanfaatan inovasi yang tidak mengharapkan bisnis untuk memastikan bahwa setiap orang mendekati inovasi

yang mengatasi masalah mereka. Ketika individu menggunakan inovasi secara efektif dan membutuhkan investasi dan ruang yang lebih besar untuk melakukannya, hal itu meningkatkan kemungkinan individu akan menggunakan inovasi. Menurut Esthiningrum & Sari (2019), pemahaman individu terhadap prosedur untuk mengungkapkan keyakinan tentang penggunaan sistem informasi yang akan digunakan termasuk kemudahan yang dirasakan. Ketersediaan seseorang untuk menggunakan teknologi meningkat dengan penerimaan mereka terhadap teknologi sederhana.

Menurut konsep Aji et al (2020) terdapat lima indikator Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived usefulness*) berikut ini:

1. Mudah dipahami dan dipelajari
2. Meningkatkan ketrampilan
3. Mendapatkan keuntungan
4. Mudah dioperasikan
5. Jelas dimengerti

#### **2.1.10 Pengetahuan tentang Riba (*Knowledge About Riba*)**

Pengetahuan adalah sesuatu yang merupakan hasil dari apa yang diketahui yang diperoleh melalui panca indera manusia (Febriyanto, 2016). Berdasarkan KBBI, pengetahuan ialah semua yang diketahui, kecerdasan, yang dimilikinya dalam bidang teknik, segala sesuatu yang diketahui mengenai subjek. Pengetahuan didefinisikan sebagai informasi yang terdiri dari kombinasi pengalaman, konteks,

interpretasi, dan refleksi. Dan juga dapat didefinisikan sebagai kombinasi ide, aturan, dan prosedur yang terorganisir (Harun, Rasyid dan Hamed, 2015).

Pengetahuan tentang riba dalam praktiknya adalah pengetahuan tentang ajaran agama Islam yang telah dianut oleh seseorang (Abdullah & Shaharuddin, 2016). Ilmu riba adalah pemahaman masyarakat dalam memaknai riba dalam setiap aspek kehidupan dan dalam hal ini ilmu riba dapat membantu masyarakat dalam menghindari praktek-praktek yang mengandung unsur riba. Pengetahuan riba diartikan sebagai pemahaman (Muslim) mengenai tindakan transaksi ekonomi dalam hal riba (tambahan) dan segala sesuatu yang terkait (Farooq, 2009).

Terdapat empat indikator Pengetahuan Tentang Riba berdasarkan konsep Aji et al (2019) yaitu sebagai berikut :

1. Uang tambahan
2. Keuntungan
3. Biaya tambahan
4. Denda

## 2.2 Penelitian Yang Relevan

No	Judul Penelitian	Variable yang digunakan	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<i>The effect of norma subjektif and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia</i>	<p><b>Independen :</b> <i>norma subjektif, perceived usefulness dan perceived ease of use</i></p> <p><b>Dependen :</b> <i>Intention to use</i></p>	<p><b>Persamaan :</b> menggunakan variabel yang sama</p> <p><b>Perbedaan:</b> ada di objek penelitiannya, pada penelitian</p>	Penelitian ini membuktikan bahwa <i>norma subjektif</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>perceived ease of use, perceived</i>



	Aji, Brakon dan Riza (2019)	<b>Moderasi :</b> <i>Knowledge about riba</i>	Aji et al objeknya pengguna uang elektronik di indonesia sedangkan pada penelitian ini objeknya pengguna Shopee Paylater Sesoloraya.	<i>usefulness</i> dan <i>intention to use</i>  Terdapat hubungan antara <i>perceived usefulness</i> dan <i>niat menggunakan e-money</i> di Indonesia. dimoderasi oleh <i>knowledge about riba</i> .
2.	<i>The effect of norma subjektif and riba knowledge interest in using conventional e-money</i>  Andriansyah, Badina dan Fakhruddin (2021)	<b>Independen :</b> norma subjektif dan riba knowledge  <b>Dependen:</b> <i>using conventional e-money</i>	<b>Persamaan</b> penelitian ini menggunakan variabel independen yang sama yaitu norma subjektif.  <b>Perbedaan</b> penelitian ini ada pada dependennya, penelitian Adriansyah et al menggunakan <i>using conventional e-money</i> Sedangkan pada penelitian ini adalah <i>niat menggunakan Shopee Paylater</i> .	Penelitian ini membuktikan bahwa <i>norma subjektif</i> dan <i>riba knowledge</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>using conventional e-money</i> .
3.	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat	<b>Independen:</b> persepsi kemudahan, fitur layanan dan kemandirian	<b>Persamaan:</b> Sama-sama menggunakan variabel independen persepsi	Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan dan keamanan berpengaruh

	<p>Menggunakan <i>E-Money</i></p> <p>Umaningsih, dan Wardani (2018)</p>	<p><b>Dependen:</b> Niat Menggunakan E-Money</p>	<p>kemudahan dan variabel dependen niat menggunakan.</p> <p><b>Perbedaan :</b> Objek pada penelitian terdahulu menggunakan <i>e-money</i> sedangkan pada penelitian ini menggunakan <i>SPaylater</i>.</p>	<p>positif terhadap niat menggunakan <i>e-money</i>,</p> <p>sedangkan fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan <i>e-money</i>.</p>
4.	<p>Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, Dan Referensi Terhadap Niat Menggunakan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala</p> <p>Reyhan Dan Amri (2020)</p>	<p><b>Independent:</b> Pengetahuan, Kemudahan, Dan Referensi</p> <p><b>Dependen :</b> Niat Menggunakan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala</p>	<p><b>Persamaan:</b> Sama-sama menggunakan variabel independen persepsi kemudahan dan variabel dependen niat menggunakan.</p> <p><b>Perbedaan :</b> Objek pada penelitian Reyhan&amp;Amri (2020) adalah pengguna <i>e-money</i> pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala sedangkan pada penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan <i>SPaylater</i> dan berdomisili Se-Soloraya</p>	<p>Penelitian ini membuktikan bahwa variabel pengetahuan, kemudahan dan referensi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>e-money</i> pada mahasiswa Universitas Syiah Kuala.</p> <p>Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, kemudahan dan referensi secara simultan berpengaruh terhadap niat menggunakan <i>e-money</i> pada mahasiswa</p>

				Universitas Syiah Kuala.
5.	<p>Pengaruh persepsi kemudahan , persepsi manfaat , sikap dan norma subjektif terhadap penggunaan e-money di kalangan mahasiswa universitas islam Indonesia</p> <p>Ikhwan Tri Utomo (2018)</p>	<p><b>Independent :</b> persepsi kemudahan , persepsi manfaat , sikap dan norma subjektif</p> <p><b>Dependen :</b> penggunaan e-money</p>	<p><b>Persamaan:</b> Sama-sama menggunakan variabel independen persepsi kemudahan , persepsi manfaat , sikap dan norma subjektif</p> <p><b>Perbedaan :</b> Objek pada penelitian utomo (2018) menggunakan <i>e-money</i> sedangkan pada penelitian ini menggunakan <i>SPaylater</i>.</p>	<p>Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan , persepsi manfaat , sikap dan norma subjektif berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>e-money</i></p>
6.	<p>Pengaruh norma subjektif, dan TAM terhadap niat menggunakan system ERP</p> <p>Rizki Endah Susilaputri (2017)</p>	<p><b>Independent :</b> norma subjektif, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan</p> <p><b>Dependen :</b> niat menggunakan system ERP</p>	<p><b>Persamaan :</b> sama-sama menggunakan variabel independen norma subjektif, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dan sama-sama menggunakan variabel dependen niat</p>	<p>Penelitian ini membuktikan bahwa norma subjektif, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan system ERP</p>

			<p><b>Perbedaan :</b> Terdapat pada objek penelitiannya, pada penelitian Susilaputri (2017) adalah niat menggunakan system ERP, sedangkan pada penelitian ini adalah niat menggunakan <i>SPaylater</i></p>	
7.	<p>Pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap niat penggunaan <i>e-wallet shopeepay</i></p> <p>Nadia, wiryawan &amp; Ambarwati (2022)</p>	<p><b>Independent :</b> persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan</p> <p><b>Dependen:</b> niat penggunaan <i>e-wallet shopeepay</i></p>	<p><b>Persamaan :</b> sama-sama menggunakan variabel independen persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dan sama-sama menggunakan variabel dependen niat.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Pada penelitian Nadia et al(2022) hanya menggunakan dua variabel independen sedangkan pada penelitian ini menggunakan tiga variabel independen.</p>	<p>Penelitian ini membuktikan bahwa Pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap niat penggunaan <i>e-wallet shopeepay</i></p>

8.	<p><i>The Moderating Role of Knowledge about Riba on Intention to Use E-Money: Findings from Indonesia</i></p> <p>Aji, Berakon, Muafi &amp; Kholid (2020)</p>	<p><b>Independent :</b> persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan</p> <p><b>Dependen:</b> niat penggunaan <i>e-money</i></p> <p><b>Moderasi :</b> <i>Knowlwdge about riba</i></p>	<p><b>Persamaan :</b> sama-sama menggunakan variabel independen persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan</p> <p><b>Perbedaan:</b> Pada penelitian Aji et al(2020) hanya menggunakan dua variabel independen sedangkan pada penelitian ini menggunakan tiga variabel independen. Dan objek pada penelitian Aji et al (2020) adalah pengguna <i>e-money</i> di Indonesia sedangkan pada penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan <i>SPaylater</i> dan berdomisili Se-Soloraya.</p>	<p>Penelitian ini membuktikan bahwa Pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap <i>intention to use</i></p> <p>Penelitian ini membuktikan adanya pengaruh <i>knowledge about riba</i> memoderasi <i>norma subjektif</i> terhadap <i>intention to use e-money</i> di Indonesia.</p>
9.	<p>Ekstensi TAM untuk mmprediksi niat menggunakan <i>e-money</i> di Pontianak</p>	<p><b>Independent:</b> <i>transaction speed</i>, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan</p>	<p><b>Persamaan:</b> sama-sama menggunakan variabel independen persepsi kegunaan dan</p>	<p>Penelitian ini membuktikan bahwa Pengaruh <i>transaction speed</i>, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan</p>

	Irawan Wingdes (2018)	<b>Dependen :</b> niat menggunakan <i>e-money</i>	persepsi kemudahan, dan sama-sama menggunakan variabel dependen niat.  <b>Perbedaan :</b> objek pada penelitian Wingdes (2018) adalah pengguna <i>e-money</i> di Pontianak sedangkan pada penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan <i>SPaylater</i> dan berdomisili Se-Soloraya.	berpengaruh positif terhadap niat penggunaan <i>e-money</i>
10.	Manfaat dan kemudahan yang dirasakan terhadap niat menggunakan GoPay pada generasi Y di Surabaya  Salsabil & Christina (2020)	<b>Independent :</b> persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan  <b>Dependen :</b> niat menggunakan GoPay	<b>Persamaan :</b> sama-sama menggunakan variabel independen persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dan sama-sama menggunakan variabel dependen niat  <b>Perbedaan :</b> Pada penelitian Salsabil & Christina (2020) adalah niat menggunakan	Penelitian ini membuktikan bahwa Pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap niat menggunakan GoPay

			GoPay sedangkan pada penelitian ini adalah niat menggunakan <i>SPaylater</i> .	
11.	<p><i>Factors influencing intention to use SPaylater in Indonesia</i></p> <p>Orientani &amp; Masmira (2019)</p>	<p><b>Independent :</b> <i>perceived cost, perceived compability dan norma subjektif</i></p> <p><b>Dependen :</b> <i>intention to use SPaylater</i></p>	<p><b>Persamaan :</b> sama-sama menggunakan variabel independen <i>norma subjektif</i> dan sama-sama menggunakan variabel dependen <i>Intention to use</i></p> <p><b>Perbedaan :</b> Penelitian Orientani &amp; Masmira (2019) menggunakan variabel <i>perceived cost, perceived compability dan norma subjektif</i> Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel independen <i>perceived usefulness, perceived ease of use dan norma subjektif</i>.</p>	<p>Penelitian ini membuktikan bahwa Pengaruh <i>perceived cost, perceived compability dan norma subjektif</i> berpengaruh positif terhadap <i>intention to use SPaylater</i></p>

12.	<p><i>Predicting the relationship of antecedent variables of intention to use: empirical analysis on e-money application</i></p> <p>Iswara, Wialdy &amp; Sihombing (2019)</p>	<p><b>Independent :</b> <i>perceived usefulness, perceived ease of use &amp; relative superiority</i></p> <p><b>Dependen :</b> <i>intention to use</i></p> <p><b>Mediasi :</b> <i>substitution to adoptions</i></p>	<p><b>Persamaan :</b> Sama-sama menggunakan variabel independen <i>perceived usefulness dan perceived ease of use</i> dan sama-sama menggunakan variabel dependen <i>intention to use</i></p> <p><b>Perbedaan :</b> Penelitian Iswra et al (2019) menggunakan variabel Mediasi sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel Moderasi.</p>	<p>Penelitian ini membuktikan bahwa Pengaruh <i>perceived usefulness, perceived ease of use &amp; relative superiority</i> berpengaruh positif terhadap <i>intion to use e-money</i></p> <p>Terdapat hubungan positif mediasi <i>substitution to adoptions dan intention to use</i></p>
13.	<p>Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap niat Penggunaan <i>Financial Technology</i> (Ovo)</p> <p>Amalia Puspa De Alvira (2022)</p>	<p><b>Independent:</b> Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku</p> <p><b>Dependen:</b> niat Penggunaan <i>Financial Technology</i> (Ovo)</p>	<p><b>Persamaan:</b> sama-sama menggunakan variabel Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Norma Subjektif, dan sama-sama menggunakan variabel dependen niat</p> <p><b>Perbedaan:</b> Pada penelitian Alvira (2020) adalah niat</p>	<p>Penelitian ini membuktikan bahwa Variabel persepsi kegunaan, sikap penggunaa, persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan <i>financial technology</i> pada layanan OVO.</p> <p>Variabel persepsi kemudahan dan norma subjektif</p>



			<p>Penggunaan <i>Financial Technology</i> (Ovo) sedangkan pada penelitian ini adalah niat Penggunaan <i>Financial Technology Spaylater</i></p>	<p>tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>financial technology</i> pada layanan OVO.</p>
14.	<p>Pengaruh daya Tarik promosi, kemudahan penggunaan, dan keamanan terhadap niat penggunaan <i>e-money</i> pada mahasiswa politektik semarang</p> <p>Putri, Handayani dan Agustinus (2021)</p>	<p><b>Independent :</b> daya Tarik promosi, kemudahan penggunaan, dan keamanan</p> <p><b>Dependen:</b> Niat penggunaan <i>e-money</i></p>	<p><b>Persamaan :</b> sama-sama menggunakan variabel independen kemudahan penggunaan, dan Sama-sama menggunakan variabel dependen niat.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Pada penelitian Putri et al (2021) adalah niat menggunakan <i>e-money</i> pada mahasiswa politektik semarang sedangkan pada penelitian ini adalah niat menggunakan <i>SPaylater</i> Masyarakat Se-Soloraya</p>	<p>Penelitian ini membuktikan bahwa , kemudahan penggunaan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan <i>e-money</i> pada mahasiswa politektik semarang</p>

15.	<p>Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, sikap, kontrol perilaku dan norma subjektif terhadap niat penggunaan uang eletronik pada bank BUMN dikota pekanbaru</p> <p>Karnadi, Zulkarnain dan Alwie (2018)</p>	<p><b>Independent :</b> pesepsi manfaat, persepsi kemudahan, sikap, kontrol perilaku dan <i>norma subjektif</i></p> <p><b>Dependen :</b> niat penggunaan uang eletronik</p>	<p><b>Independent :</b> Sama-sama menggunakan variabel independen pesepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan <i>norma subjektif</i> dan sama-sama menggunakan variabel dependen niat.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Penelitian Kanadi et al (2018) menggunakan variabel independen sebanyak 5 sedangkan pada penelitian ini menggunakan 3 variabel independen, Dan pada penelitian Kanadi et al (2018) tidak menggunakan variabel moderasi sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel Moderasi.</p>	<p>Penelitian ini membuktikan bahwa niat penggunaan uang eletronik secara sinifikan dipengaruhi oleh pesepsi manfaat, persepsi kemudahan, sikap, kontrol perilaku dan norma subjektif</p>
-----	---	---	--	---

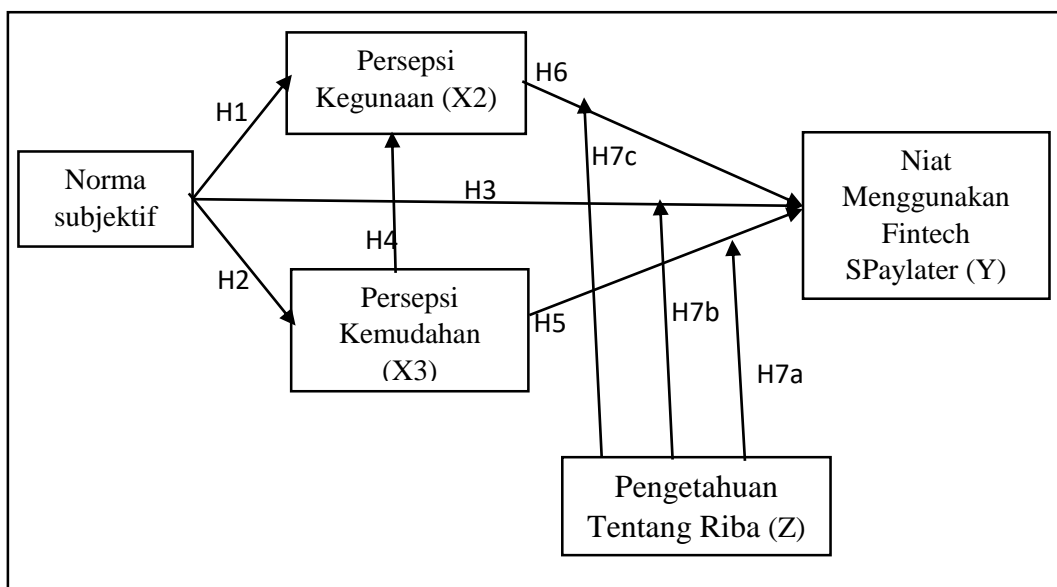
### 2.3 Kerangka Berfikir

Mengingat penelitian ini hipotetis dan penelitian terdahulu yang telah digambarkan di atas, struktur untuk penelitian ini dapat dibentuk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruhnya norma subjektif, persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap niat menggunakan *fintech SPaylater* dengan pengetahuan tentang riba sebagai variabel moderasi.

Dalam penelitian ini bisa dijelaskan atau digambarkan bagaimana pengaruh diantara variabel independen (X), variabel dependen (Y) dengan variabel moderasi (Z). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu norma subjektif (X1), persepsi kegunaan (X2) dan persepsi kemudahan (X3). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat menggunakan *fintech SPaylater* (Y). Sedangkan variabel moderasi penelitian ini adalah pengetahuan tentang riba (Z).

Gambar 2.1

Kerangka berfikir penelitian



H1 = Pengaruh Norma subjektif terhadap Persepsi Kegunaan

H2 = Pengaruh Norma subjektif terhadap Persepsi Kemudahan

H3 = Pengaruh Norma subjektif terhadap Niat Menggunakan *Fintech SPaylater*

H4 = Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Persepsi Kegunaan Pengaruh Norma subjektif terhadap Niat Menggunakan *Fintech SPaylater*

H5 = Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan *Fintech SPaylater*

H6 = Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Menggunakan *Fintech SPaylater*

H7a = Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba memoderasi Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan *Fintech SPaylater*

H7b = Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba memoderasi Norma subjektif terhadap Niat Menggunakan *Fintech SPaylater*

H7c = Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba memoderasi Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan *Fintech SPaylater*

## **2.4 Hipotesis**

### **2.4.1 Pengaruh Norma subjektif terhadap Persepsi Kegunaan**

Berdasarkan pengaruh dua faktor yaitu *perceived usefulness* dan *perceived usefulness*, TAM, salah satu pengembangan dari TRA, memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi (irawati et al., 2020). (Saparudin et al.) menyatakan

bahwa, 2020) TAM adalah teori sistem informasi yang dibuat untuk menunjukkan kepada pengguna bagaimana memahami dan memanfaatkan berbagai teknologi informasi. Yang dianut dari TRA menawarkan alasan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku klien dalam mendapatkan dan menggunakan kerangka data. Tambahkan variabel kognitif instrumental dan variabel sosial yang diproduksi PEU ke TAM2 untuk memperluas TAM. Sejak saat itu, banyak ilmuwan telah menganggap norma subjektif menambah TAM.

Norma subjektif dicirikan sebagai sejauh mana seseorang dapat menerima dan melakukan latihan khusus sehubungan dengan apa yang dilakukan belahan jiwa. Menurut East (1993), individu dipengaruhi oleh keyakinan normatif sosial untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu. Identitas sosial dan teori kategorisasi diri menyatakan bahwa keanggotaan dalam kelompok sosial dapat menentukan seorang individu (Choi dan Chung, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Aji et al (2019), Arizqi (2019) menjelaskan Norma subjektif mempengaruhi TAM. Didukung oleh penelitian Christine dan Theresia (2021), Taufan dan Supeni (2020) Yang menemukan bahwa Norma subjektif berpengaruh positif terhadap TAM. Seseorang yang dipengaruhi orang lain untuk menggunakan *Shopee Paylater* dan mengetahui kegunaannya maka seseorang tersebut akan menggunakan *Shopee Paylater* jika sudah merasakan kegunaannya. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara SN dan PU ada. Oleh karena itu, penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.

#### **2.4.2 Pengaruh Norma subjektif terhadap Persepsi Kemudahan**

*Technology Acceptance Model* (TAM) variabel eksternal diluar konstruk yang telah ada. Terdapat beberapa variabel eksternal yang dapat digunakan berupa argumen perusahaan, daya tarik budaya, norma subjektif, pengaruh dan tekanan sosial, kecocokan pekerjaan dengan teknologi serta situasi (Aljoza et al., 2012).

Menurut East (1993), individu dipengaruhi oleh keyakinan normatif sosial untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu. Identitas sosial dan teori kategorisasi diri menyatakan bahwa keanggotaan dalam kelompok sosial dapat menentukan seorang individu.

Penelitian yang dilakukan oleh Aji et al (2019), Arizqi (2019) mengungkapkan Norma subjektif mempengaruhi TAM. Didukung oleh penelitian Christine dan Theresia (2021), Taufan dan Supeni (2020) menjeaskan Norma subjektif berpengaruh positif terhadap TAM. Individu dipengaruhi lingkungan orang lain menggunakan *Shopee Paylater* dan mengetahui kemudahan dalam menggunakannya maka seseorang tersebut akan menggunakan *Shopee Paylater* jika sudah merasakan kemudahannya dalam bertransaksi. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara norma subjektif dan persepsi kemudahan ada. Oleh karena itu, penulis membuat hipotesis berikut ini:

H2: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap Persepsi Kemudahan.

### **2.4.3 Pengaruh Norma subjektif terhadap Niat menggunakan *fintech SPaylater***

TAM ialah penyempurnaan dari hipotesis reasoned action theory. Menurut Fishbein dan Ajzen (1975), bukti ilmiah mendukung premis teori tindakan beralasan bahwa norma subjektif dan sikap terhadap perilaku adalah dua faktor yang mengarah pada niat untuk melakukan tindakan tertentu. Norma subjektif pengaruh dari seseorang untuk memakai atau tidak suatu teknologi (Ajzen, 1991).

Penelitian yang dilakukan Utomo (2018), Christine dan Theresia (2021), Amir et al (2019), Mahendra (2018), Rahmatika (2019), Zachrie et al (2018) menjelaskan Norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat penggunaan *e-money*. Sejalan dengan penelitian Aji, izra dan Alex (2019), Adriansyah et al (2020), menemukan bahwa Norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *e-money*. Seseorang yang dipengaruhi orang lain untuk menggunakan *Shopee Paylater* maka akan meningkatkan niat seseorang untuk menggunakannya. Oleh karena itu, penulis memuat hipotesis berikut ini:

H3: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap Niat menggunakan *Fintech SPaylater*

### **2.4.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Persepsi Kegunaan**

Menurut (Davis, 1989) memiliki pandangan mengenai persepsi kemudahan dapat suatu keyakinan seseorang jika menggunakan teknologi memberi kemudahan maka akan menggunakannya. Berhubungan dengan persepsi kegunaan didefinisikan oleh Davis (1989) pengaruh adanya kepercayaan pengguna bahwa

sebuah sistem akan meningkatkan kinerjanya jika sudah terdapat kegunaan yang jelas.

Penelitian yang dilakukan oleh Aji et al (2019) dan Aji et al (2019) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (PEU) mempengaruhi persepsi manfaat (PU). Didukung oleh penelitian Christine dan Theresia (2021), Taufan dan Supeni (2020), Zachrie et al (2018), Yang menemukan bahwa PEU berpengaruh positif terhadap PU. Semakin seseorang merasakan kemudahan bertransaksi menggunakan *Shopee Paylater* maka akan meningkatkan kegunaan yang dirasakannya. Oleh karena itu, penulis mengajukan hipotesis berikut ini:

H4: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan

#### **2.4.5 Pengaruh Persepsi kemudahan terhadap Niat menggunakan *fintech***

##### ***SPaylater***

Persepsi kemudahan mencerminkan penilaian pelanggan atau persepsi sistem yang diberikan dalam hal kemudahan untuk mengoperasikan dan belajar (Gefen dan Straub, 2000). Seseorang akan mampu jika menggunakan fitur itu dan akhirnya jika sistem tersebutpun mudah dalam penggunaannya (Hamid et al., 2016).

Penelitian yang dilakukan Zachrie et al (2018), Ikhwan (2018), Wahyu & dewi (2018) dan Rahmatika (2019) menemukan bahwa *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap niat menggunakan e-money. Sejalan dengan penelitian Cynthia et al (2021) yang menemukan bahwa *Perceived Ease of use* berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan e-money. Namun berbeda dengan penelitian Aji et al (2019) yang menemukan bahwa Persepsi kemudahan tidak berpengaruh



signifikan terhadap Niat menggunakan e-money. individu yang merasa mudah menggunakan *Shopee Paylater* maka akan meningkatkan niat untuk menggunakannya. Dengan demikian, penulis mengajukan hipotesis berikut ini:

H5: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap Niat menggunakan *Fintech SPaylater*

#### **2.4.6 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat menggunakan *fintech***

##### ***SPaylater***

TAM dan TAM2 memberikan kesimpulan bahwa persepsi kegunaan adalah perilaku yang berasal dari niat individu (Venkatesh dan Davis, 2000). Ini didefinisikan sebagai keyakinan seseorang tentang tujuan teknologi baru dalam meningkatkan produktivitas atau kinerjanya (Davis et al., 1989).

Penelitian yang dilakukan Rahmatika (2019), Wahyu & dewi (2018), Zachrie et al (2018) dan Ikhwan (2018) menemukan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap niat menggunakan e-money. Sejalan dengan penelitian Cynthia et al (2021) dan Hendy et al (2019) yang menemukan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan e-money. Seseorang yang sudah merasakan kegunaan dalam menggunakan *Shopee Paylater* maka akan meningkatkan niat untuk menggunakannya. Demikian penulis membuat hipotesis berikut ini:

H6: Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap Niat menggunakan *Fintech SPaylater*

#### **2.4.7 a Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Menggunakan *Fintech SPaylater***

Pengetahuan tentang riba dalam praktiknya adalah pengetahuan tentang ajaran agama Islam yang telah dianut oleh seseorang (Abdullah & Shahrudin, 2016). Ilmu riba adalah pemahaman masyarakat dalam memaknai riba dalam setiap aspek kehidupan dan dalam hal ini ilmu riba dapat membantu masyarakat dalam menghindari praktek-praktek yang mengandung unsur riba. Pengetahuan konsumen merupakan konsep dasar untuk memahami keputusan konsumen dalam pembentukan dan perubahan sikap serta mengadopsi teknologi baru (Abraham, 2016). Niat perilaku pengguna untuk menerima dan mengadopsi uang elektronik sebagai cara pembayaran baru bergantung pada tingkat KR mereka.

Konsumen yang kurang berpengetahuan akan cenderung percaya pada penggunaan praktis dalam pengambilan keputusan pembelian, mengabaikan faktor lain – seperti fakta sebenarnya tentang produk (Laroche et al., 2010). Dalam penelitian Aji et al (2019) dalam hasilnya menjelaskan bahwa *Knowledge About Riba* memoderasi *perceived ease of use* terhadap *intention to use*.

Dalam konteks penelitian ini, dihipotesiskan bahwa KR pengguna memiliki kemungkinan untuk mengubah keinginan pelanggan dalam menggunakan e-money, meskipun mereka menganggapnya berguna atau dapat digunakan. Demikian penulis membuat hipotesis berikut ini:

H7a: Pengetahuan tentang riba memoderasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap Niat Menggunakan *Fintech SPaylater*

#### **2.4.7b Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Norma Subjektif Terhadap Niat Menggunakan *Fintech SPaylater***

Kata riba berasal dari bahasa Arab, secara etimologis berarti bertambah (al-ziyadah), tumbuh (an-numuw), meningkat/menjadi tinggi (al-'uluw), menjulang (al-rif'ah) dan bertambah (al-rima) (Pardiansyah, 2022). Ada ungkapan Arab kuno yang berbunyi sebagai berikut, "arba fulan 'ala fulan idza azada 'alaihi" Seseorang melakukan riba terhadap orang lain ketika ada tambahan atau halangan lain, atau ketika mereka menyimpang dari sesuatu yang mereka telah diberikan dengan cara yang berbeda dari apa yang diberikan kepada mereka.

Dalam penelitian Aji et al (2019) dalam hasilnya menjelaskan bahwa *Knowledge About Riba* memoderasi *subjective norm* terhadap *intention to use*. Penelitian ini, dihipotesiskan bahwa KR pengguna memiliki kemungkinan untuk mengubah keinginan pelanggan dalam menggunakan e-money, meskipun mereka dipengaruhi orang sekitar. Demikian penulis membuat hipotesis berikut ini:

H7b: Pengetahuan tentang riba memoderasi pengaruh Norma subjektif terhadap Niat Menggunakan *Fintech SPaylater*

#### **2.4.8 Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Menggunakan *Fintech SPaylater***

Riba dalam sudut pandang Islam ialah keuntungan yang terjadi baik di bawah air maupun pertukaran kesepakatan. Ada dua macam riba di bawah pertukaran air: riba "al-jahiliyyah" (penambahan utang yang tidak terkait dengan utang dan tidak digunakan dalam transaksi pembayaran) dan riba "al-qardh" (kelebihan utang sebagai hukuman atas keterlambatan pembayaran). ). Dua jenis riba tambahan

dapat diakses dalam pertukaran transaksi: kelebihan karena kesepakatan ganda dalam transaksi dan riba al-fadhl (kelebihan karena pertukaran barang riba)(Farooq, 2009).

Dalam penelitian Aji et al (2019) dalam hasilnya menjelaskan bahwa *Knowledge About Riba* memoderasi *perceived usefulness* terhadap *intention to use*. Penelitian ini, dihipotesiskan bahwa KR pengguna memiliki kemungkinan untuk mengubah keinginan pelanggan dalam menggunakan e-money, meskipun mereka menganggapnya mudah digunakan. Demikian penulis membuat hipotesis berikut ini:

H7c: Pengetahuan tentang riba memoderasi pengaruh Norma subjektif terhadap Niat Menggunakan *Fintech SPaylter*

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama bulan Desember 2022 hingga selesainya penelitian. Tujuan memilih waktu tersebut karena digunakan untuk melakukan menyusun skripsi sebagai persyaratan akhir untuk memperoleh gelar sarjana. Lalu untuk wilayah yang digunakan yaitu masyarakat di wilayah Soloraya.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif berbasis survei. Teknik kuantitatif menurut Sugiyono (2017:23) dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu metode survei dan metode eksperimen. Teknik survei digunakan dalam penelitian ini. Metode survei Sugiyono (2017: 24) adalah penelitian yang dilakukan pada sebagian populasi, atau sampel, untuk menemukan hubungan antara variabel sosiologis dan psikologis, peristiwa relatif, dan distribusi.

#### **3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Sugiyono, (2017) populasi adalah wilayah spekulasi yang terdiri dari barang-barang dan subjek-subjek yang memiliki jumlah atau jumlah dan kualitas tertentu yang tidak sepenuhnya ditetapkan oleh para ahli untuk dipusatkan dan kemudian dapat ditarik ujungnya. Partisipan dalam penelitian ini adalah warga Soloraya.

### 3.3.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel sangat penting bagi masyarakat dalam hal jumlah dan kualitas yang dimilikinya (Sugiyono, 2017). Teori yang dikemukakan oleh Hair et al. (1998) digunakan oleh para peneliti ketika menentukan jumlah sampel yang akan digunakan. Karena ketidakpastian seputar ukuran populasi, rumus sampel rambut dapat digunakan. Hair et al., (Menurut 1998), penelitian menggunakan teknik analisis SEM, dan terdapat antara 100 dan 200 sampel yang representatif. Hair et al., (Menurut 1998), perhitungan sampel dapat dilakukan dengan mengalikan jumlah indikator dengan 5 sampai 10.

Rumus yang digunakan untuk perhitungan sampel menurut Hair et al., (1998) sebagai berikut :

$$n = (5 \text{ atau } 10) \times p$$

Keterangan :

n = sampel

p = parameter atau indikator dalam penelitian

5-10 = jumlah observer menurut pendapat Hair et al.,(1998)

Sehingga perhitungan sampel untuk penelitian ini menurut Hair et al., (1998) adalah sebagai berikut :

$$n = (5 \text{ atau } 10) \times p$$

$$n = (5 \text{ atau } 10) \times 20 = 100 \text{ sampel atau } 200 \text{ sampel}$$

Ukuran sampel penelitian ini ditemukan minimal 100 (berdasarkan 20 indikator dikalikan 5) dan maksimal 200 (berdasarkan 20 indikator dikalikan 10).

Karena jumlah sampel dan populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan jelas, maka rumus rambut dijadikan sebagai landasan penelitian.

Metode pengambilan sampel juga menggunakan purposive sampling. Dimana strategi penelitian purposive merupakan contoh dari berbagai metode dengan kontemplasi tertentu. Penulis penelitian ini menggunakan kriteria atau pertimbangan sebagai berikut:

1. Masyarakat yang berdomilisi Se-Soloraya.
2. Masyarakat yang beragama Islam.
3. Masyarakat yang berusia 17 tahun- 28 tahun
4. Masyarakat yang pernah meggunakan *SPaylater* minimal 1 kali.

Sampel dipilih oleh penulis karena kedekatan mereka dengan teknologi digital dan penggunaan aplikasi Shopee untuk berbelanja dan berbisnis. Dengan demikian, pencipta berpusat pada individu yang berdomisili di Soloraya. Hal ini disebabkan oleh individu-individu yang mampu mendominasi perkembangan dunia bisnis di era komputerisasi, khususnya (fintech).

### **3.4 Data dan Sumber Data**

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung baik melalui wawancara, anggapan dari orang-orang atau pertemuan dan sebagai persepsi artikel, peristiwa dan pengujian item yang digunakan dalam ulasan ini. Sumber informasi diperoleh dengan menyebarkan jajak pendapat kepada individu yang berdomisili di Soloraya yang menjadi responden dalam kajian ini.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, kuesioner dibagikan untuk pengumpulan data. Survei adalah strategi pengumpulan informasi yang dilakukan dengan memberikan serangkaian penjelasan atau pertanyaan yang disusun kepada responden untuk dialamatkan kepada Sugiyono, (2017). Kuesioner ini dibagikan kepada warga Soloraya melalui *Google Form*.

Pernyataan dan pertanyaan terstruktur disertakan dalam kuesioner ini. Responden menanggapi dengan menawarkan evaluasi terhadap tanggapan yang telah dipilih oleh responden dengan skala Likert. Penelitian ini bergantung pada eksplorasi masa lalu dan dari beberapa catatan selama waktu yang dihabiskan untuk mengumpulkan pemeriksaan ini.

### **3.6 Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini menggunakan variabel utama yaitu variabel dependen (terikat), variabel independen (bebas) dan variabel moderasi.

#### **3.6.1 Variabel Dependen (Y)**

Menurut Sugyono (2017), yang dimaksud dengan “variabel dependen” adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau yang dihasilkan darinya. Pemakaian variabel ini adalah fintech SPaylater merupakan variabel dependen penelitian.

#### **3.6.2 Variabel Independen (X)**

Menurut Sugyono (2017), variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau timbulnya variabel terikat



(terikat). Norma subyektif, kegunaan yang dirasakan, dan kenyamanan yang dirasakan adalah variabel independen penelitian.

### 3.6.3 Variabel Moderasi (Z)

Menurut Sugyono (2017), variabel moderasi adalah variabel yang mengubah kekuatan atau kelemahan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengetahuan tentang riba merupakan variabel moderasi penelitian.

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini digambarkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.1  
Tabel Operasional Variabel

No	Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
1.	Niat menggunakan	Niat menggunakan uang elektronik dapat diartikan sebagai niat atau kecenderungan individu untuk menggunakan uang elektronik atau uang elektronik. Kecenderungan ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti dorongan dari individu, faktor motif sosial, faktor dorongan emosional atau perasaan (Tarmidzi, 2019)	1. Berniat untuk menggunakan 2. Rutin menggunakan 3. Merekomendasikan (Aji et al, 2020)	Skala Likert 1-5
2.	Norma subjektif	Norma subjektifnorma subjektif adalah pengaruh sosial di sekitar individu mengenai suatu persepsi, yang menimbulkan harapan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu (Ramdhan, 2016).	1. Menggunakan dimasa yang akan datang 2. Jika diberi kesempatan akan menggunakannya 3. Tertarik menggunakannya 4. Berfikir untuk menggunakannya (Aji et al, 2020)	Skala Likert 1-5

3.	Persepsi Kegunaan	Persepsi kegunaan adalah kepercayaan individu tentang penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Jogiyanto, 2007).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan sistem pembyaran</li> <li>2. Meningkatkan kualitas</li> <li>3. Meningkatkan produktifitas</li> <li>4. Meningkatkan efektivitas (Aji et al, 2020)</li> </ol>	Skala Likert 1-5
4.	Persepsi Kemudahan	Persepsi kemudahan penggunaan adalah kepercayaan individu terhadap penggunaan teknologi akan memudahkan aktifitasnya. Teknologi yang digunakan jelas penggunaannya dan mudah digunakan (Jogiyanto, 2007).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah dipahami dan dipelajari</li> <li>2. Meningkatkan ketrampilan</li> <li>3. Mendapatkan keuntungan</li> <li>4. Mudah dioperasikan</li> <li>5. Jelas dimengerti (Aji et al, 2020)</li> </ol>	Skala Likert 1-5
5.	Pengetahuan tentang riba	Pengetahuan tentang riba dalam praktiknya adalah pengetahuan tentang ajaran agama Islam yang telah dianut oleh seseorang (Abdullah & Shahrudin, 2016).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uang tambahan</li> <li>2. Keuntungan</li> <li>3. Biaya tambahan</li> <li>4. Denda (Aji et al, 2020)</li> </ol>	Skala Likert 1-5

### 3.8 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen utama adalah kuesioner. Sumber instrumen penelitian ini adalah (Aji et al., 2020). Survei dilakukan oleh individu yang berdomisili di Soloraya. Kuesioner tipe tertutup yang digunakan mengharuskan responden hanya memberikan penilaian pada kolom yang telah disediakan oleh peneliti. Faktor standar abstrak, nilai saw, akomodasi saw, informasi tentang riba dan tujuan pemanfaatan diperkirakan dengan menggunakan skala Likert.

Skala interval adalah nama lain dari skala Likert. Skala Likert ini digunakan untuk mengkuantifikasi cara pandang, anggapan, kesan seseorang atau kelompok

terhadap kekhasan sosial (Sugiyono, 2017: 158). Ini dilakukan dengan memasukkan nilai ke dalam kolom nilai kuesioner. Berikut adalah pilihan skor pada variabel yang digunakan sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

Tidak Setuju (TS) : Skor 2

Netral (N) : Skor 3

Setuju (S) : Skor 4

Sangat Setuju (SS) : Skor 5

Agar kuesioner dianggap valid dan dapat dipercaya dalam penelitian ini, diperlukan uji instrumen penelitian. Validitas dan reliabilitas instrumen penelitian diuji.

### **3.9 Teknik Analisis Data**

#### **3.9.1 Statistik Deskriptif**

#### **3.9.2 *Structure Equation Modeling (SEM) -Partial Last Square***

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau mengilustrasikan data sebagaimana dikumpulkan tanpa membuat generalisasi atau kesimpulan (Sugiyono, 2017:232). Diingat untuk wawasan yang jelas adalah pengenalan informasi menggunakan tabel, diagram, diagram lingkaran, piktogram, perhitungan desil persentil, estimasi normal, standar deviasi, dan estimasi laju. semuanya termasuk dalam ruang lingkup penelitian literatur statistik.

Hubungan penelitian antar variabel dapat dijelaskan dengan menggunakan model kausal atau kausalitas. Strategi pemeriksaan informasi dalam penelitian ini

menggunakan pemrograman SmartPLS. SEM-PLS adalah strategi faktual multivariat dengan Model Kondisi Terorganisir (SEM) yang dapat membuat korelasi antara faktor bebas yang berbeda dan berbagai lingkungan (Hamid dan Anwar, 2019). Multikolinieritas, nilai yang hilang, dan ukuran sampel dianggap sebagai masalah yang dapat diselesaikan dengan SEM-PLS. SEM-PLS juga sering disebut sebagai uji sensitif karena SEM-PLS dapat menghilangkan anggapan kambuh OLS yang parah dan tidak ada multikolinearitas antara faktor lain (Hamid & Anwar, 2019).

Menurut Ghozali & Latan (2014), model yang digunakan juga memiliki hubungan sebab akibat yang berlanjut dengan variabel moderating yang berbeda sebagai penghubung antara variabel independen dan dependen. SEM-PLS tidak memerlukan data yang berdistribusi normal dalam penelitian ini, dan pendugaan parameter dapat dilakukan secara langsung tanpa memerlukan kriteria kecocokan (Ghozali & Latan, 2014).

### **3.9.3 Model Pengukuran (*Outer Model*)**

Pada pengukuran *outer* model dalam SEM-PLS dikenal dengan uji validitas konstruk yang biasanya digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas, seperti dibawah ini:

#### **1. Uji Validitas**

##### **a. Validitas Konvergen**

Dalam SEM-PLS ini terkait dengan aturan bahwa pengujian suatu pengembangan harus sangat terkait. dimana nilai loading factor untuk setiap indikator konstruk menunjukkan validitas konvergen (Hamid & Anwar, 2019).

Untuk tujuan menentukan validitas konvergen, nilai loading factor menjadi standar, dengan  $> 0,7$  menjadi syarat minimum untuk penelitian konfirmasi. Untuk penelitian eksplorasi, nilai loading factor harus antara 0,6 dan 0,7, dan nilai average variance inflation factor (AVE) harus lebih besar dari 0,5 agar dianggap valid. (Ghozali & Latan, 2014).

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan estimasi hubungan bangunan dengan bangunan yang sebenarnya dan tidak bisa lebih sederhana dari hubungan pembangunan yang berbeda. Pemuatan silang dan kriteria Fornell Larcker mensyaratkan nilai ini lebih besar dari 0,7 untuk setiap variabel (Setiawan, 2021).

## 2. Uji Reliabilitas

Selain menguji Validitas, SEM-PLS juga menguji kehandalan dimana kualitas yang tak tergoyahkan terkait dengan konsistensi responden dalam menjawab setiap pertanyaan dalam jajak pendapat. Cronbach's Alpha and Composite Reliability dapat digunakan dalam SEM-PLS untuk menemukan data dari penelitian yang terpercaya (Hamid & Anwar, 2019). Untuk dianggap handal, data harus memiliki nilai Composite Reliability lebih besar dari 0,7. Sedangkan Cronbach's Alpha digunakan untuk menguji kualitas pengembangan yang tidak tergoyahkan yang nilainya harus  $> 0,7$ . Dengan tujuan agar semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha maka semakin tinggi pula tingkat ketergantungan alat ukur yang digunakan. (Ghozali & Latan, 2014).

### 3.9.4 Pengukuran *Inner Model* atau Model Struktural

Tahap selanjutnya adalah *inner model*. Model ini berhubungan antara masing-masing variabel ditentukan oleh sejumlah komponen dalam model ini. Standar dalam mengevaluasi model internal dengan nilai R-Square dan koefisien jalan. Nilai R-Square digunakan untuk mengukur tingkat kemajuan variabel otonom terhadap variabel dependen (Hamid & Anwar, 2019). Nilai R-Square  $\leq 0,75$ ,  $\leq 0,50$  dan  $\leq 0,25$  masing-masing mengindikasikan bahwa model kuat, sedang, dan lemah. Sedangkan *inner model* dengan nilai koefisien *path* menggunakan *two-tiled* atau *t-value* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis dengan nilai 1,65  $\alpha = 10\%$ , signifikansi 1,96 untuk  $\alpha = 5\%$ , dan signifikansi 2,58 untuk  $\alpha = 1\%$  (Ghozali & Latan, 2014).

### 3.9.5 Uji Moderasi

Untuk menguji SEM sebagai variabel moderasi hubungan antara pengetahuan tentang riba dengan niat menggunakan Fintech Shopee Paylater, persepsi kenyamanan dan kegunaan, dan norma subyektif terkait niat menggunakan Fintech Shopee Paylater. Jika nilai t signifikan kurang dari atau sama dengan 0,05, suatu variabel dianggap berpengaruh atau signifikan (Ghozali & Latan, 2014) Kriteria yang digunakan sebagai dasar perbandingan adalah sebagai berikut:

Hipotesis ditolak jika  $t\text{-hitung} < 1,96$ , dan nilai  $\text{sig} > 0,05$

Hipotesis diterima jika  $t\text{-hitung} > 1,96$ , dan nilai  $\text{sig} < 0,05$

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Penelitian Umum

Partisipan dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee Paylater yang berdomisili di Soloraya dan menggunakan metode pembayaran tersebut. Google form digunakan responden untuk mengisi kuesioner yang dibagikan oleh peneliti melalui Instagram dan WhatsApp. Survei ini harus diisi oleh individu dari manapun Soloraya yang memenuhi aturan untuk menjadi responden dalam ulasan ini. 181 orang menanggapi para peneliti. Orang berusia antara 17 hingga 28 tahun yang beragama Islam, berdomisili di Soloraya, dan telah melakukan setidaknya satu kali transaksi dengan Shopee Paylater.

##### 4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Data yang diolah

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Perempuan	125	69%
2.	Laki-laki	56	31%
Total		181	100%

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa 69% pengguna aplikasi Shopee Paylater adalah perempuan sedangkan pengguna aplikasi Shopee Paylater adalah laki-laki namun sebanyak 31% yang telah menyelesaikan kuesioner. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden penelitian ini adalah perempuan.

#### 4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2  
Data yang diolah

No	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	<17 Tahun	5	3%
2.	18-21 Tahun	47	26%
3.	22-28 Tahun	129	71%
Total		181	100%

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023 (Bencsik *et al*, 2016)

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa 3% klien aplikasi Shopee Paylater berusia di bawah 17 tahun, 26% adalah klien Shopee Paylater berusia 18-21 tahun, sedangkan klien Shopee Paylater berusia 22-28 tahun adalah 71 tahun. % yang telah menyelesaikan survei ini. Sehingga sangat mungkin beralasan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi Shopee Paylater yang berumur 22-28 tahun, tepatnya 71%.

#### 4.1.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3  
Data yang diolah

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase (%)
1.	SMP	4	2%
2.	SMA/K	138	76%
3.	MA	12	7%
4.	D1	2	1%
5.	D2	1	1%
6.	D3	3	2%
7.	S1	21	12%
Total		181	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas, 2% komunitas pengguna aplikasi Shopee Paylater berpendidikan SMP, 76% berpendidikan SMA/K, 7% berpendidikan MA, 7% berpendidikan D1, 2% berpendidikan Shopee Pengguna aplikasi Paylater memiliki pendidikan D1, 2% pengguna aplikasi Shopee Paylater memiliki pendidikan terakhir D2,



2% pengguna aplikasi Shopee Paylater memiliki pendidikan terakhir D3, dan 12% dari Shope. studi kewalahan oleh klien Shopee Paylater dengan pelatihan dasar SMA/K, khususnya 76% atau lebih dari setengah responden berdomisili oleh mereka yang bersekolah SMA/K.

#### 4.1.4 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Data yang diolah

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1.	Mahasiswa	72	40%
2.	Wirausaha	21	12%
3.	Karyawan	68	38%
4.	Guru Honoror	8	4%
5.	IRT	12	7%
Total		181	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas, 40% pengguna Shopee Paylater adalah pelajar, 12% wiraswasta, 38% karyawan, dan 38% pekerja. sebagai Guru Honoror sebesar 4%, sedangkan 7% responden kuesioner penelitian ini yang menggunakan aplikasi Shopee Paylater menjadi IRT. Sehingga dalam penelitian ini didominasi oleh pelanggan Shopee Paylater yang masih berstatus pelajar yaitu berpendidikan minimal SMA/K, tepatnya sebanyak 40%.

#### 4.1.5 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 4.5

Data yang diolah

No	Domisili	Jumlah	Presentase (%)
1.	Boyolali	28	15%
2.	Sukoharjo	29	16%
3.	Karanganyar	31	17%
4.	Wonogiri	23	13%
5.	Sragen	19	10%
6.	Klaten	29	16%

7.	Surakarta	22	12%
Total		181	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa klien aplikasi Shopee Paylater yang tinggal di Boyolali adalah 15%, klien aplikasi Shopee Paylater yang tinggal di Sukoharjo adalah 16%, klien aplikasi Shopee Paylater yang tinggal di Karanganyar adalah 17%, Pengguna aplikasi Shopee Paylater 13% berdomisili di Wonogiri, 10% pengguna aplikasi Shopee Paylater berdomisili di Sragen, 16% pengguna aplikasi Shopee Paylater berdomisili di Klaten, sedangkan 12% pengguna aplikasi Shopee Paylater berdomisili di Surakarta menyelesaikan survey polling. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengguna Shopee Paylater di Karanganyar mendominasi responden penelitian.

#### **4.1.6 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Mengeyam Pendidikan Di Pesantren Atau UIN**

Tabel 4.6  
Data yang diolah

No	Mengeyam Pendidikan Di Pesantren Atau UIN	Jumlah	Presentase
1.	Pernah Mengeyam Pendidikan Di Pesantren Atau UIN	100	55%
2.	Tidak Pernah Mengeyam Pendidikan Di Pesantren Atau UIN	81	45%
Total		181	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Jika dilihat dari tabel di atas, sangat mungkin terlihat bahwa 55% klien aplikasi Shopee Paylater pernah belajar di sekolah pengalaman hidup Islami atau UIN, sedangkan 45% klien aplikasi Shopee Paylater yang belum pernah menjalani kehidupan Islami. sekolah atau UIN telah menyelesaikan polling eksplorasi ini. Jadi

sangat mungkin beralasan bahwa responden dalam ulasan ini kewalahan dengan klien Shopee Paylater yang pernah berkulih di UIN, sebesar 55%.

## 4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

### 4.2.1 Uji Statistik Deskriptif

Data yang dikumpulkan dari orang-orang yang berpartisipasi dalam penelitian ini dijelaskan dengan bantuan uji statistik deskriptif. Berikut adalah hasil pengujian statistik deskriptif yang diolah aplikasi SPSS:

Tabel 4.6  
Hasil Uji Statistik Deskriptif

		<b>Statistics</b>				
		X1_SN	X2_PU	X3_PEU	Y_NIAT	Z_KR
N	Valid	181	181	181	181	181
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		14,4088	16,2265	19,3149	10,1381	16,6851
Median		15,0000	17,0000	20,0000	10,0000	17,0000
Std. Deviation		2,79856	2,28244	3,07232	2,34230	2,35354
Minimum		7,00	6,00	8,00	4,00	11,00
Maximum		20,00	20,00	25,00	14,00	20,00
Sum		2608,00	2937,00	3496,00	1835,00	3020,00

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

Ada empat pertanyaan di Variabel Norma Subjektif, empat di variabel Model Penerimaan Teknologi (TAM), yang terdiri dari Persepsi Kegunaan, dan lima di variabel Kenyamanan yang Dirasakan. Variabel Norma Subjektif, dengan rata-rata 14,40 dan standar deviasi 2,798, dimana setiap item pertanyaan membutuhkan jawaban dan hasil dengan nilai antara 7 dan 20.

Ada standar deviasi 2,282 dan rata-rata 16,22 untuk Persepsi Kegunaan. Dimana setiap pertanyaan harus dijawab dan diperoleh hasil dengan skor dasar 6

dan nilai tertinggi 20. Persepsi kemudahan memiliki standar deviasi 3,072 dan rata-rata 19,31. dimana jawaban untuk setiap pertanyaan harus diberikan, dan hasilnya minimal 8 dan maksimal 25.

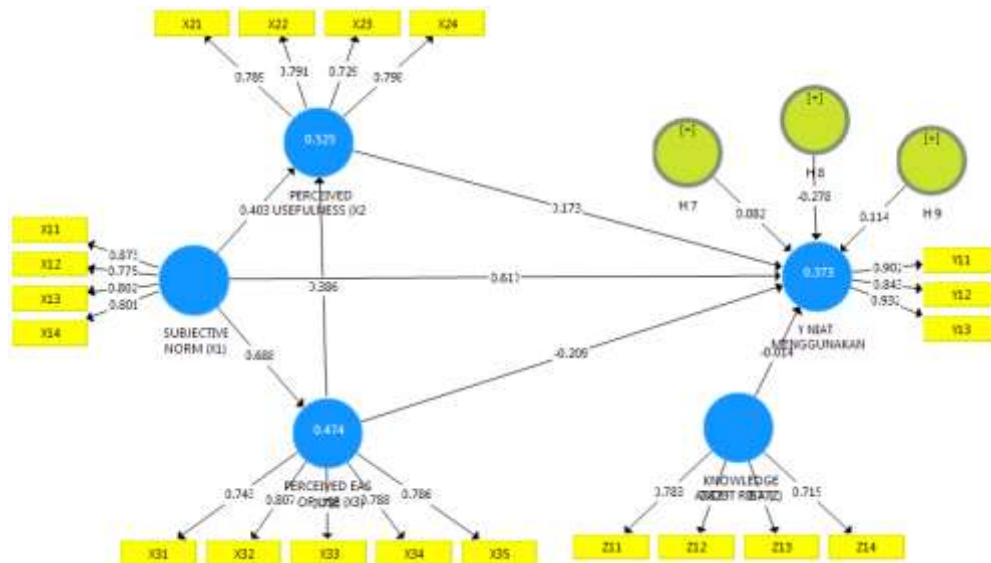
Variabel Niat Menggunakan terdiri dari 3 item pertanyaan yang ditujukan kepada responden yakni Masyarakat yang berdomisi Se-Soloraya, Beragama Islam, Berusia 14 tahun-28 tahun dan Pernah bertransaksi menggunakan *Shopee Paylater* minimal 1X. dimana setiap pertanyaan membutuhkan jawaban, dengan rata-rata 10,13 dan standar deviasi 2,342, diperoleh hasil dengan nilai minimal 4 dan nilai maksimal 14. Terdapat empat pertanyaan pada variabel Pengetahuan Tentang Riba, dan jawaban dari responden berkisar antara 11 sampai 20. Variabel Pengetahuan Tentang Riba memiliki nilai rata-rata 16,68 dan standar deviasi 2,353.

#### **4.2.2 Model Pengukuran (Uji Outer Model)**

Validitas dan reliabilitas di uji dengan model pengukuran atau outer model. Cronbach alpha, validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas gabungan adalah tahapan yang krusial. Berikut penjelasan pengukuran sebelum dan sesudah uji indikator:

Gambar 4.1

## Model Pengukuran Sebelum Uji Indikator



Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Gambar di atas menunjukkan pengaruh dari banyaknya indikator yang digunakan. Uji validitas yang berhasil harus di atas 0,7. Namun outer loading dengan nilai di bawah 0,6-0,7 harus dikeluarkan dari uji penelitian yang belum dikembangkan karena 0,6-0,7 masih dapat digunakan untuk mengukur validitas suatu data.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah konstruk memenuhi prasyarat untuk melanjutkan penelitian atau tidak. Tabel masing-masing uji validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas *Norma subjektif*

Item	Nilai Outer Loading	Kesimpulan
SN1	0,873	Valid
SN2	0,775	Valid

SN3	0,802	Valid
SN4	0,801	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2022*

Uji validitas variabel norma subyektif menghasilkan empat item pertanyaan yang valid Karena nilai outer loading lebih besar dari 0,7 maka. Dengan setiap nilai 0,837; 0,775; 0,802; dan 0,801

Tabel 4.8  
Hasil Uji Validitas *Perceived Usefulness*

Item	Nilai Outer Loading	Kesimpulan
PU1	0,789	Valid
PU2	0,791	Valid
PU3	0,729	Valid
PU4	0,798	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2022*

Hasil uji validitas variabel *perceived usefulness* yang terdiri dari 4 pertanyaan valid, , karena outer loading  $> 0,7$ . Dengan masing-masing bernilai 0,789; 0,791; 0,729; dan 0,798.

Tabel 4.9  
Hasil Uji Validitas *Perceived Ease of Use*

Item	Nilai Outer Loading	Kesimpulan
PEU1	0,743	Valid
PEU2	0,807	Valid
PEU3	0,785	Valid
PEU4	0,788	Valid
PEU5	0,786	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2022*

Hasil uji validitas variabel *perceived ease of use* yang terdiri dari 5 item pertanyaan valid, karena nilai *outer loading*  $> 0,7$ . Dengan masing-masing bernilai sebesar 0,743; 0,807; 0,785; 0,788; dan 0,786.

Tabel 4.10  
Hasil Uji Validitas Niat Menggunkan

Item	Nilai Outer Loading	Kesimpulan
NM1	0,902	Valid
NM2	0,843	Valid
NM3	0,932	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2022*

Hasil uji validitas variabel niat menggunkan yang terdiri dari 5 item pertanyaan valid, dikarenakan nilai *outer loading* > 0,7. Dengan masing-masing nilai sebesar 0,902; 0,843; dan 0,932.

Tabel 4.11  
Hasil Uji Validitas *Knowledge About Riba*

Item	Nilai Outer Loading	Kesimpulan
KAR1	0,783	Valid
KAR2	0,823	Valid
KAR3	0,773	Valid
KAR4	0,715	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2022*

Hasil uji validitas variabel *knowledge about riba* yang terdiri dari 5 item pertanyaan valid, dikarenakan nilai *outer loading* > 0,7. Dengan masing-masing nilai sebesar 0,783; 0,823; 0,773; dan 0,715.

#### 4.2.2.1 Validitas Konvergen

Pengukuran validitas konvergen dapat dilihat dari nilai *loading factor* dan nilai *average inflation factor* (AVE). Berikut hasil pengujian dari uji validitas konvergen:

Tabel 4.12  
Loading Factor dan AVE

	Loading Factor	AVE	Keterangan
<i>Norma subjektif (SN)</i>		0,662	Valid
SN1	0,873		Valid
SN2	0,775		Valid
SN3	0,802		Valid
SN4	0,801		Valid
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>		0,604	Valid
PU1	0,789		Valid
PU2	0,791		Valid
PU3	0,729		Valid
PU4	0,798		Valid
<i>Perceived Ease of Use (PEU)</i>		0,611	Valid
PEU1	0,743		Valid
PEU2	0,807		Valid
PEU3	0,785		Valid
PEU4	0,788		Valid
PEU5	0,786		Valid
<i>Niat Menggunakan (NM)</i>		0,798	Valid
NM1	0,902		Valid
NM2	0,843		Valid
NM3	0,932		Valid
<i>Knowledge About Riba (KAR)</i>		0,600	Valid
KAR1	0,783		Valid
KAR2	0,823		Valid
KAR3	0,773		Valid
KAR4	0,715		Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Menurut tabel 4.12, indikator telah valid karena seluruh *factor loading* > 0,6 atau > 0,7 dan nilai AVE sudah diatas > 0,5

#### 4.2.2.2 Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dapat dilihat melalui nilai *fornell larcker criterion*. Pengukuran ini menunjukkan korealsi variabel dengan variabel itu sendiri tidak boleh lebih kecil dengan hubungan variabel lainnya. Berikut penjelasan yang memenuhi kriteria:



Tabel 4.13  
Fornell Larcker Criterion

	<b>Z</b>	<b>X3</b>	<b>X2</b>	<b>X1</b>	<b>Y</b>
<i>Knowledge About Riba (KAR)</i>	<b>0.774</b>				
<i>Perceived Ease of USE (PEU)</i>	0.610	<b>0.782</b>			
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	0.549	0.663	<b>0.777</b>		
<i>Norma subjektif (SN)</i>	0.552	0.688	0.669	<b>0.814</b>	
<i>Niat Menggunakan (NM)</i>	0.297	0.344	0.444	0.572	<b>0.893</b>

Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2023

Hasilnya dari AVE di atas dan mengenai kriteria fornell larcker juga memenuhi persyaratan, sehingga bisa disimpulkan semua variabel yang ada ialah variabel laten yang memenuhi uji validitas.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji ini dapat dilihat dengan nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability*. Bahwa *composite reliability* bernilai lebih dari 0,7 masuk ada kriteria reliabel. Lalu untuk *cronbach alpha* harus lebih besar dari 0,7. Di bawah ini hasil ujinya:

Tabel 4.14  
Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	rho_A
<i>Knowledge About Riba (KAR)</i>	0.779	0.857	0.786
<i>Perceived Ease of USE (PEU)</i>	0.841	0.887	0.841
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	0.782	0.859	0.786
<i>Norma subjektif (SN)</i>	0.829	0.887	0.837
<i>Niat Menggunakan (NM)</i>	0.873	0.922	0.882

Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2023

Hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa semua faktor telah memenuhi nilai  $> 0,7$  baik dari *composite reliability* maupun *Cronbach alpha*. Sehingga dapat

ditarik kesimpulan bahwa alat pengukur yang digunakan dalam penelitian ini lolos uji reliabilitas.

#### 4.2.3 Model Struktural atau Uji *Inner Model*

*Inner model* bertujuan menguji hipotesis dengan *R-Square* untuk variabel dependen. Selain pengujian determinasi juga dilakukan uji hipotesis, *predictive relevance* dan model fit.

##### 4.2.3.1 Uji Determinasi

Berikut ini hasil dari pengujian determinasi:

Tabel 4.15  
Hasil Uji Determinasi

	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
<i>Perceived Ease Of Use</i>	0.474	0.471
<i>Perceived Usefulness</i>	0.525	0.520
Y Niat Menggunakan	0.373	0.347

Sumber: *Ouput SmarPLS 3.0, 2023*

Hasil uji determinasi dapat diketahui nilai *R-Square* dari *Perceived Ease Of Use* sebesar 0,474. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel eksogen *perceived usefulness* dan *norma subjektif* berpengaruh terhadap *perceived ease of use* sebesar 47,4%. Sisanya sebesar 52,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Sedangkan variabel *Perceived Usefulness* nilai *R-Square* sebesar 0,525. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel eksogen *perceived ease of use* dan *norma subjektif* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* sebesar 52,5%. Sisanya sebesar 47,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Sedangkan variabel Niat Menggunakan nilai *R-Square* sebesar 0,373. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel eksogen *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *norma subjektif* dan *knowledge about riba* berpengaruh terhadap niat menggunakan sebesar 37,3%. Sisanya sebesar 62,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

#### 4.2.3.2 Predictive Relevance

*Predictive relevance* berguna untuk melihat seberapa baik observasi yang dilakukan. Apabila *predictive relevance* > 0 maka observasi dikatakan baik. Sedangkan untuk nilai < 0 menunjukkan kurang baik. Nilai *predictive relevance* dapat ditemukan pada uji *blinffolding*, penelitian ini memiliki nilai *predictive relevance* 0,273 pada *perceived ease of use*, 0,306 pada *perceived usefulness* dan 0,273 pada niat menggunakan. Ketiga nilai tersebut > 0, sehingga dapat dikatakan penelitian ini telah masuk kategori baik.

Tabel 4.16  
*Predictive Relevance*

	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (=1- SSE/SSO)
KAR	724.000	724.000	
PEU	905.000	657.899	0.273
PU	724.000	502.760	0.306
SN	724.000	724.000	
NM	543.000	394.735	0.273

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

#### 4.2.3.3 Uji Hipotesis

Nilai *path coefficient* dan *t-statistic* menjadi penentu dari uji ini. Dengan *software* SmartPLS 3.0 ditemukan pada pengujian *bootstrapping*. *Rule of thumb* yang digunakan yaitu  $t\text{-statistic} > 1,96$  dan  $p\text{-values} < 0,05$ . Sehingga hasilnya dapat dijelaskan dibawah ini:

Tabel 4.17  
Hasil Uji Hipotesis

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik	P Values
<i>Norma subjektif -&gt; Perceived Usefulness</i>	0.403	0.409	0.080	5.050	<b>0.000</b>
<i>Norma subjektif -&gt; Perceived Ease Of Use</i>	0.688	0.688	0.054	12.639	<b>0.000</b>
<i>Norma subjektif -&gt; Niat Menggunakan</i>	0.617	0.610	0.099	6.243	<b>0.000</b>
<i>Perceived Ease Of Use -&gt; Perceived Usefulness</i>	0.386	0.382	0.090	4.282	<b>0.000</b>
<i>Perceived Ease Of Use -&gt; Niat Menggunakan</i>	-0.209	-0.220	0.099	2.115	<b>0.035</b>
<i>Perceived Usefulness -&gt; Niat Menggunakan</i>	0.173	0.180	0.087	1.990	<b>0.047</b>
<i>Knowledge About Riba Memoderasi Perceived Ease of Use -&gt; Niat Menggunakan</i>	0.082	0.079	0.097	0.846	<b>0.398</b>
<i>Knowledge About Riba Memoderasi Norma subjektif -&gt; Niat Menggunakan</i>	-0.278	-0.270	0.111	2.506	<b>0.013</b>
<i>Knowledge About Riba Memoderasi Percived Usefulness -&gt; Niat Menggunakan</i>	0.114	0.106	0.083	1.379	<b>0.168</b>

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

**a. Variabel Norma subjektif**

Variabel norma subjektif memiliki nilai 0,403 untuk nilai parameter koefisien dan nilai 5,050 untuk *t-statistic* variabel norma subjektif terhadap persepsi kegunaan, yang berarti *t-statistic* > 1,96 dan *p-values* 0,000 < 0,05 Sehingga dapat disimpulkan H1 terdukung karena norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan.

Variabel Norma subjektif juga memiliki nilai parameter koefisien sebesar 0,688 dan nilai *t-statistic* menunjukkan angka sebesar 12,639 > 1,96 dan nilai *p-values* 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemudahan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima karena norma subjektif memiliki pengaruh terhadap persepsi kemudahan.

Norma subjektif juga dapat diketahui memiliki nilai 0,617 untuk nilai parameter koefisien dan nilai 6,243 untuk *t-statistic* variabel norma subjektif terhadap niat menggunakan, yang berarti *t-statistic* > 1,96 dan *p-values* 0,000 < 0,05 Sehingga dapat disimpulkan H3 terdukung karena norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan.

**b. Variabel Persepsi Kemudahan**

Variabel persepsi kemudahan memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,386 dengan nilai *t-statistic* dan nilai *p-values* sebesar 4.282 dan 0,000. Baik *t-statistic* dan *p-values* telah menunjukkan > 1,96 dan < 0,05. Sehingga persepsi kemudahan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan dan mendukung H4.

Variabel persepsi kemudahan juga dapat diketahui memiliki nilai -0,209 untuk nilai parameter koefisien dan nilai 2,115 untuk *t-statistic* variabel persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan, yang berarti *t-statistic* > 1,96 dan *p-values*  $0,035 < 0,05$  Sehingga dapat disimpulkan H5 terdukung karena persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat menggunakan.

**c. Variabel Persepsi Kegunaan**

Uji *resampling bootstrapping* selanjutnya menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan memiliki nilai 0,173 untuk parameter koefisien dan *t-statistic* menunjukkan nilai 1,990 atau > 1,96. Selain itu *p-values* juga menunjukkan 0,047 atau < 0,05. Sehingga variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan, sehingga H6 diterima.

**d. Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan *Fintech Shopee Paylater***

Uji *resampling bootstrapping* variabel moderating persepsi kemudahan memiliki nilai parameter koefisien 0,082 dan *t-statistic* menunjukkan nilai 0,846 atau < 1,96. Selain itu, *p-values* juga menunjukkan 0,398 atau > 0,05. Sehingga pengetahuan tentang riba tidak memoderasi persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan *fintech shopee paylater*.

**e. Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Norma Subjektif Terhadap Niat Menggunakan *Fintech Shopee Paylater***

Uji *resampling bootstrapping* variabel moderating norma subjektif memiliki nilai parameter koefisien -0,278 dan *t-statistic* menunjukkan nilai 2,506 atau > 1,96. Selain itu, *p-values* juga menunjukkan 0,013 atau < 0,05. Sehingga pemahaman riba

tidak dapat memoderasi norma subjektif terhadap niat pemakaian *fintech shopee paylater*.

**f. Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Menggunakan *Fintech Shopee Paylater***

Uji *resampling bootstrapping* variabel moderating persepsi kegunaan memiliki nilai parameter koefisien 0,114 dan *t-statistic* menunjukkan nilai 1,379 atau  $< 1,96$ . Selain itu, *p-values* juga menunjukkan 0,168 atau  $> 0,05$ . Sehingga pengetahuan tentang riba tidak memoderasi persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan *fintech shopee paylater*.

### **4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data**

#### **4.3.1 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Persepsi Kegunaan**

Variabel norma subjektif memiliki nilai T-statistik dan signifikansi sebesar 5,050 dan 0,000. Maka, nilai signifikansi variabel norma subjektif lebih kecil dari 0,05. Selain itu, T-statistik lebih besar dari T-tabel yaitu  $5,050 > 1,96$ . Hasil penelitian juga menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,403. Hal ini menandakan bahwa variabel norma subjektif (X1) berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan (X2). Sehingga H1 terdukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian Aji et al (2019), Theresia (2021) dan Tufan & Supeni (2020) yang menyatakan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi kegunaan.

Disimpulkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan. Hal ini berarti seseorang sangat merasakan kegunaannya maka semakin besar pula masyarakat yang ingin menggunakan *Shopee Paylater*. Seseorang yang dipengaruhi orang lain untuk menggunakan *Shopee Paylater* dan sudah mengetahui

kegunaannya dalam penggunaan *Shopee Paylater* sehingga individu tertarik untuk memakai *Shopee Paylater*. Maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat Se-Soloraya yang mempunyai keinginan untuk menggunakan *fintech Shopee Paylater* yang tinggi ketika sudah merasakan kegunaannya. Sehingga masyarakat yang ingin menggunakan *Shopee Paylater* maka nanti akan merasakan kegunaannya jika sudah menggunakan.

#### **4.3.2 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Persepsi Kemudahan**

Nilai *path coefficient* norma subjektif 0,688 yang menunjukkan arah positif. Nilai T-statistik dan signifikansi sebesar 12,639 dan 0,000. Maka, nilai signifikansi variabel norma subjektif lebih kecil dari 0,05. Selain itu, T-statistik lebih besar dari T-tabel yaitu  $12,639 > 1,96$ . Hal ini menandakan bahwa variabel norma subjektif (X1) berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan (X3). Sehingga H2 terdukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian Aji et al (2019), Theresia (2021) dan Tufan & Supeni (2020) yang menyatakan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi kemudahan.

Hal tersebut dapat disimpulkan norma subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan. Sehingga seseorang sangat merasakan kemudahannya maka akan besar juga masyarakat yang ingin menggunakan *fintech Shopee Paylater*. Seseorang yang dipengaruhi orang lain untuk menggunakan *Shopee Paylater* dan sudah mengetahui kemudahannya dalam menggunakan maka seseorang tersebut akan tertarik untuk menggunakan *Shopee Paylater*. Maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat Se-Soloraya yang mempunyai keinginan untuk menggunakan *fintech*



*Shopee Paylater* yang tinggi ketika sudah merasakan kemudahannya. Sehingga masyarakat yang ingin menggunakan *Shopee Paylater* maka nanti akan merasakan kemudahannya jika sudah menggunakan.

#### **4.3.3 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Menggunakan**

Variabel norma subjektif memiliki nilai T-statistik dan signifikansi sebesar 5,050 dan 0,000. Maka, nilai signifikansi variabel norma subjektif lebih kecil dari 0,05. Selain itu, T-statistik lebih besar dari T-tabel yaitu  $5,050 > 1,96$ . Hasil penelitian juga menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,403. Berarti variabel norma subjektif (X1) berpengaruh positif terhadap niat menggunakan (Y) sehingga H3 terdukung.

Pada penelitian ini norma subjektif mempunyai pengaruh positif terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater*. Sehingga apabila besar dorongan norma subjective yang dirasakan pengguna maka besar juga niat menggunakan *fintech Shopee Paylater*. Hasil ini sesuai dengan penelitian Ikhwan (2018), Christine & Theresia (2021), Amir et al (2019) dan Rahmatika (2019). yang menyatakan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh yang positif terhadap niat menggunakan fintech.

Selanjutnya rata-rata variabel norma subjektif adalah 14,408 lebih besar dengan rata-rata variabel niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* yaitu sebesar 10,138. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Se-Soloraya yang menggunakan *fintech Shopee Paylater* memiliki penilaian yang tinggi terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* dengan dominan responden untuk setuju pada indikator

norma subjektif sehingga niat menggunakan *fintech Shopee Paylater*. Sehingga seseorang yang dipengaruhi orang lain untuk menggunakan *Shopee Paylater* maka akan menggunakannya ketika sudah mempunyai niat untuk menggunakannya.

#### **4.3.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Persepsi Kegunaan**

Variabel persepsi kemudahan memiliki nilai T-statistik dan signifikansi sebesar 4,282 dan 0,000. Maka, nilai signifikansi variabel persepsi kemudahan lebih kecil dari 0,05. Selain itu, T-statistik lebih besar dari T-tabel yaitu  $4,282 > 1,96$ . Hasil penelitian juga menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,386. Hal ini menandakan bahwa variabel persepsi kemudahan (X3) berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan (X3). Sehingga H4 terdukung.

Dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kemudahan dalam menggunakan *Shopee Paylater* sehingga akan meningkatkan kegunaannya. Hasil ini sesuai dengan penelitian Christine & Theresia (2021), Taufan & Supeni (2020) dan Zachrie (2018) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi kegunaan.

Variabel ini ialah dapat diartikan sejauh mana seseorang akan merasakan kemudahan yang dirasakannya. Rata-rata variabel persepsi kemudahan adalah 19,314 lebih besar dengan rata-rata variabel persepsi kegunaan senilai 16,226. Sehingga dapat diartikan masyarakat Se-Soloraya yang menggunakan *fintech Shopee Paylater* memiliki nilai tinggi terhadap persepsi kegunaan dengan rata-rata jawaban responden setuju pada indikator persepsi kemudahan dan persepsi

kegunaan. Masyarakat yang sudah pernah menggunakan *Shopee Paylater* dan sudah merasakan kemudahan dalam menggunakannya maka masyarakat juga akan dapat merasakan kegunaanya dalam menggunakan *Shopee Paylater* karena banyak promo yang menarik maka akan membuat seseorang tertarik dalam menggunakannya. Sehingga masyarakat yang merasakan kemudahan dalam menggunakan *Shopee Paylater* maka semakin tinggi juga merasakan kegunaannya.

#### **4.3.5 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Menggunakan *Fintech Shopee Paylater***

Nilai *path coefficient* persepsi kemudahan -0,209 yang menunjukkan arah negatif. Nilai *t-statistic* dan *p-values* sebesar 2,115 dan 0,035 yang menghasilkan variabel persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* masyarakat Se-Solora dan H5 Terdukung. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Candy & Rudyanto (2022), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang negatif terhadap niat menggunakan.

Rata-rata variabel persepsi kemudahan pada statistik deskriptif lebih kecil dibandingkan dengan nilai mediannya yaitu  $19,314 < 20,00$ . Responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap pernyataan niat dalam menggunakan *fintech Shopee Paylater*. Rata-rata masyarakat Se-Soloraya yang menggunakan *fintech Shopee Paylater* mempunyai niat yang lebih tinggi dan tidak memiliki pengaruh dengan kemudahannya dalam menggunakan *fintech Shopee Paylater*. Sehingga seseorang yang tidak merasakan kemudahan dalam menggunakan *Shopee*

*Paylater* maka seseorang tersebut menjadi tidak berniat untuk menggunakan *Shopee Paylater*.

#### **4.3.6 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Menggunakan *Fintech Shopee Paylater***

Variabel persepsi kegunaan memiliki nilai T-statistik dan signifikansi sebesar 1,990 dan 0,047. Maka, nilai signifikansi variabel persepsi kegunaan lebih kecil dari 0,05. Selain itu, T-statistik lebih besar dari T-tabel yaitu  $1,990 > 1,96$ . Hasil penelitian juga menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,173 Hal ini menandakan bahwa variabel persepsi kegunaan (X2) berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* (X3). Sehingga H6 terdukung.

Disimpulkan bahawa variabel persepsi kegunaan mempunyai pengaruh positif terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* . dapat diartikan semakin besar kegunaan dalam menggunakan *Shopee Paylater* sehingga akan meningkatkan niat dalam menggunakan *fintech Shopee Paylater*. Hasil ini sesuai dengan penelitian Zachrie (2018), Rahmatika (2019) dan Ikhwan (2018). Yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang positif terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater*.

Selanjutnya rata-rata variabel persepsi kegunaan adalah 16,226 lebih besar dengan rata-rata variabel niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* yaitu sebesar 10,138. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Se-Soloraya yang menggunakan *fintech Shopee Paylater* memiliki penilaian yang tinggi terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* dengan rata-rata jawaban responden setuju pada indikator

persepsi kegunaan dan niat menggunakan *fintech Shopee Paylater*. Sehingga masyarakat yang merasakan kegunannya dalam menggunakan *Shopee Paylater* maka semakin tinggi juga niat menggunakan *fintech Shopee Paylater*.

#### **4.3.7 Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Menggunakan *Fintech Shopee Paylater***

Moderasi persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,082 yang menunjukkan arah memperkuat. Nilai *t-statistic* sebesar 0,846 dan *p-values* sebesar 0,398. Adanya syarat yang tidak terpenuhi dimana  $t\text{-statistic} < 1,96$  dan  $p\text{-values} > 0,05$ , maka  $H_7$  ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh pengetahuan tentang riba memoderasi persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* masyarakat Se-Soloraya. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Aji et al (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan tentang riba tidak memoderasi persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan.

Masyarakat yang terampil menggunakan aplikasi *Shopee Paylater* itu mudah, sehingga jika masyarakat Se-Soloraya sudah dapat merasakan kemudahan dalam menggunakan *Shopee Paylater* maka akan meningkatkan niat untuk menggunakannya. Sehingga persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan *fintech Shopee Paylater*. Seseorang yang sudah mengetahui bahwa menggunakan *Shopee Paylater* itu adalah riba, maka walaupun seseorang tersebut sudah merasakan kemudahan dalam menggunakan

*Shopee Paylater* maka tetap tidak akan mempunyai niat untuk menggunakan *Shopee Paylater*.

#### **4.3.8 Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Norma subjektif Terhadap Niat Menggunakan *Fintech Shopee Paylater***

Moderasi norma subjektif terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* memiliki nilai *path coefficient* sebesar -0,278 yang menunjukkan arah memperlemah. Nilai *t-statistic* sebesar 2,506 dan *p-values* sebesar 0,013. Dimana *t-statistic* > 1,96 dan *p-values* < 0,05, maka H8 diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang riba memoderasi tapi memperlemah norma subjektif terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* masyarakat Se-Soloraya. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji et al (2019) yang hasilnya pengetahuan tentang riba tidak memoderasi norma subjektif Terhadap Niat Menggunakan *Fintech Shopee Paylater*.

Seseorang yang dipengaruhi orang lain untuk menggunakan *Shopee Paylater* isa disimpulkan bahwa individu juga akan memiliki niat dalam penggunaan *Shopee Paylater*. Pengetahuan tentang riba (*knowledge about riba*) mampu memoderasi pengaruh norma subjektif terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater*, dikarenakan mungkin belum banyak masyarakat yang belum paham letak riba pada *Shopee Paylater* tersebut. Hal ini disebabkan mungkin karena banyak masyarakat yang menggunakan *Shopee Paylater* karena banyak promo menarik yang ditawarkan *Shopee Paylater* diantaranya bisa beli sekarang bayar nanti, banyak *cashback*, gratis ongkir dll.

#### **4.3.9 Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Memoderasi Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Menggunakan *Fintech Shopee Paylater***

Moderasi persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,114 yang menunjukkan arah memperkuat. Nilai *t-statistic* sebesar 1,379 dan *p-values* sebesar 0,168. Dimana *t-statistic* < 1,96 dan *p-values* > 0,05, maka H9 ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang riba tidak memoderasi persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* masyarakat Se-Soloraya . Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji et al (2019) yang hasilnya pengetahuan tentang riba memoderasi persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater*.

Masyarakat Se-Soloraya yang sudah pernah bertransaksi menggunakan *Shopee Paylater* dan sudah merasakan kegunaanya, sehingga jika masyarakat Se-Soloraya sudah dapat merasakan kegunaanya dalam menggunakan *Shopee Paylater* maka akan meningkatkan niat untuk menggunakannya. Secara tidak langsung persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater*. Pengetahuan tentang riba (*knowledge about riba*) tidak mampu memoderasi pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater*. Masyarakat yang beragama islam tentunya tidak asing dengan kata riba, dan alquran menjelaskan bahwa tidak boleh bertransaksi yang menggunakan unsur riba. Sehingga walaupun masyarakat tersebut sudah merasakan kegunaan dalam menggunakan *Shopee Paylater* maka tetap tidak akan mempunyai niat untuk menggunakan *Shopee Paylater*.





## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memberikan bukti empiris pengaruh Peran Moderasi pengetahuan tentang riba Dalam Menjelaskan Hubungan Antara Norma Subjektif, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Menggunakan *Fintech Shopee Paylater* dapat disimpulkan:

1. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan masyarakat yang berdomisili Se-Soloraya.
2. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan masyarakat yang berdomisili Se-Soloraya.
3. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* masyarakat yang berdomisili Se-Soloraya.
4. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan masyarakat yang berdomisili Se-Soloraya.
5. Persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* masyarakat yang berdomisili Se-Soloraya.
6. Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* masyarakat yang berdomisili Se-Soloraya.
7. Tidak ada pengaruh pengetahuan tentang riba memoderasi persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* masyarakat yang berdomisili Se-Soloraya.

8. Terdapat pengaruh negatif pengetahuan tentang riba memoderasi norma subjektif terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* masyarakat yang berdomisili Se-Soloraya.
9. Tidak ada pengaruh pengetahuan tentang riba memoderasi persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* masyarakat yang berdomisili Se-Soloraya.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Adanya keterbatasan menjadikan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya, diharapkan hasilnya mendapatkan yang lebih baik. Sehingga penjelasannya berikut ini:

1. Semua hipotesis seluruhnya terjawab, namun hasil penelitian ini menghasilkan *R-Square* yang lemah, sehingga dapat dimungkinkan ada faktor lain yang berpengaruh terhadap variabel niat menggunakan *fintech Shopee Paylater* masyarakat yang berdomisili Se-Soloraya.
2. Kendala penelitian ini pihak Shopee Solo tidak mau mengeluarkan informasi apapun. Karena informasi yang diberikan hanya sebatas yang ada di web Shopee yang resmi.
3. Masih belum banyak referensi jurnal terdahulu yang terkait dengan moderasi *knowledge about riba* terhadap niat menggunakan *e-money*.

## 5.3 Saran-Saran

Dari hasil akhir penelitian, dan batasan, saran yang menyertainya diberikan untuk penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

1. Bagi Sivitas Akademika Program Studi Akuntansi Syariah FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta
  - a. Diharapkan selalu meningkatkan untuk memberikan wawasan perihal pengetahuan tentang riba yang terdapat dalam transaksi *Shopee Paylater*. Dengan penanaman ilmu-ilmu dimasa perkuliahan kepada mahasiswa akan dapat membantu mahasiswa menerapkan dalam kehidupan.
2. Bagi Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta
  - a. Bagi mahasiswa akuntansi terutama untuk mahasiswa akuntansi syariah diharapkan dari jenis riba yang terdapat di *Shopee Paylater* sebagai pertimbangan kedepannya untuk tidak menggunakan aplikasi yang terdapat riba dalam transaksinya.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya.
  - a. Teruntuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan data dan objek yang lebih luas diluar penelitian ini agar dapat dinyatakan secara luas dan menyeluruh seperti menggunakan responden yang lebih berfokus seperti pada karyawan swasta dll.
  - b. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan sampel masyarakat di luar Soloraya agar dapat membandingkan karakteristik masyarakat dimasing-masing daerah.
  - c. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggali variabel moderasi pengetahuan tentang riba agar bisa menjelaskan peran niat menggunakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhinagari, A. H. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Persepsi Penggunaan E Money. *Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia*.
- Adriansyah et al., (2022). The effect of norma subjektif and riba knowledge interest in using conventional e-money. Proceedings Book The International Conference on islamic Economics, Islamic, Finance & Islamic law (ICIEFIL), 103-104.
- Ahmad dan Hassan, M. (2007). Riba dan Perbankan Islam. *Jurnal Ekonomi Islam, Referensi Perbankan Dan Keuangan, Vol. 3 No.1, Hlm. 1-33*.
- Aji, H.M., Berakon, I. and Riza, A.F. (2019), "The effects of norma subjektif and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 12 No. 6, pp. 1180-1196. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>.
- Aji, H.M., Berakon, I., Riza, A.F. and Muamar, N.K. (2020). The Moderating Role of Knowledge about Riba on Intention to Use EMoney: Findings from Indonesia. *International Conference on Industrial Engineering and Applications (ICIEA)*. <https://doi.org/10.1109/IEA.2019.8714982>
- Ajzen, Icek. (1988). Attitudes, personality, and behavior. Milton Keynes: Open University Press dan Chicago, IL: Dorsey Press.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020).
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, Personality and Behavior. New York. USA: Open University Press
- Aulia, Zulkarnaini, & Ridho Kismawadi, E. (2021). Faktor-faktor yang

- mempengaruhi minat masyarakat mengajukan kredit di Financial Technology. *Jurnal Investasi Islam*, 5(2), 135–152. <https://doi.org/10.32505/jii.v5i2.2391>
- BankIndonesia. (2022). *Jumlah Uang Elektronik yang Beredar*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/19/transaksi-digital-kian-marak-uang-elektronik-capai-594-juta-unit-pada-februari-2022>.
- Candy dan Rudyanto. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Seluler. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 5 No 2.
- Corsini, Ray. (2002). *The Dictionary of Psychology*. London: Brunner/Rout Ledge.
- Databoks. (2021). *Layanan Paylater Paling Sering Digunakan pada 2021*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/Shopee-paylater-layananpaylater-paling-banyak-digunakan-pada-2021>
- DataIndonesia. (2021). *Jumlah Fintech di Indonesia Terus Meningkatkan hingga 2021*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/jumlah-fintech-di-indonesia-terus-meningkat-hingga-2021>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warhaw, P. R. (1989). User Acceptance Of Computer Technology: a Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- irawati et al (2020) “Analisis Tam (Technology Acceptance Model) Aplikasi Medscape® Pada Mahasiswa Jurusan Farmasi Universitas Tadulako,” *PREPOTIF: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 6(2), hal. 1776–1781. doi: 10.31004/prepotif.v6i2.5229.
- Esthiningrum, A., & Sari, S. P. (2019). Pendekatan Theory Rasoned Action ( Tra )

Dan Technology Acceptance Model ( Tam ) Dalam Minat Transaksi Menggunakan E-Money. *Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era 4.0*, 163–172.

Farooq, M. (2009). Riba, bunga dan enam hadits: apakah kita memiliki definisi atau teka-teki. *Review Ekonomi Islam*, Vol. 13 No.1, Hal.105-141.

Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Last Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS3.0* (2nd ed.).

Hair et al., (1998), *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River : New Jersey.

Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis* (Abiratno, S. Nurdiyanti, & A. D. Raksanagara (eds.)). PT Inkubator Penulis Indonesia.

Hendy Mustiko Aji, Izra Berakon, A. F. R. (2020). The effects of norma subjektif and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*.  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIMA-10-2019-0203/full/html>

Iswra, G.T., Kevin Wialdy, and Sabrina, O.S. (2019). Predicting the relationship of antecedent variables of intention to use: empirical analysis on e-money application. *Jurnal Dinamika Manajemen*.

Latan, H. Dan Ghozali, I. (2012). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 2.0 M3*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Muhammad Aminuddin Bagus Febriyanto, Hubungan Antara Pengetahuan dan Sikap dengan Perilaku Konsumsi Jajanan Sehat di Mi Sulaimaniyah Mojoagung Jombang, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2016), h. 11

- Monica, A. M. (2020). *Analisis hukum islam terhadap pinjaman uang elektronik Shopee Paylater pada E-commerce.*
- Movita, K. A. N. (2018). *OJK Dorong Fintech Kembangkan Pola Keuangan Syariah.* Kompas.Com.  
<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/10/12/130439126/ojk-dorong-fintech-kembangkan-pola-keuangan-syariah?page=all>
- Pardiansyah, Elif. (2022). Konsep Riba Dalam Fiqih Muamalah Maliyyah dan Praktiknya Dalam Bisnis Kontemporer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2022, 1270-1285
- Prasetya & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Risiko Pada Minat Penggunaan E-Money Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 17 (02) Oktober 2020, 151-158.
- Prastiwi Umaningsih, W., & Kusuma Wardani, D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, 5(3), 113-119.  
<https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Putri, S. D. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment ( Paylater ) Pada. Doctoral dissertation, Universitas Bung Hatta.*
- Reyhan, Elda & Amri. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, Dan Referensi Terhadap Niat Menggunakan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala. <https://doi.org/10.24815/jimeki.v2i2.18497>
- Rezki Orientani, - and Masmira Kurniawati, - (2021) *Factors Influencing Intention to Use SPayLater in Indonesia.* *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8 (2). pp. 285-294. ISSN 2088-7086, eISSN : 2621-1971
- Saparudin et al. (2020) “The impact of mobile banking use on the Islamic financial institutional interest: A study in Indonesia,” *Banks and Bank Systems*, 17(3), hal. 1–11. doi: 10.21511/bbs.17(3).2022.01.

- Sari, Ivo Intany Permata. (2022). *PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY YANG DIMEDIASI OLEH PERKEMBANGAN ERA DIGITAL ( Studi Kasus Pada OVO )*.
- Setiawan, S. (2021). Software SMART-PLS. *Smart PLS* 3.
- Setyo, Dede, Dkk, Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi pada pengguna jasa commuterline di Jakarta), *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol. 6, No. 1, 2015.
- Shin, In Lee dan Yong Chai. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons Volume 61, Issue 1, January–February 2018, Pages 35-46*.  
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.09.003>
- Shopee. (2020). *Bagaimana-cara-mengaktifkan-SPayLater*. Shopee.Co.Id.  
[https://shopee.co.id/portal/article/72939-\[SPayLater\]](https://shopee.co.id/portal/article/72939-[SPayLater])
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (S. Y.Suryani (ed.)). ALFABETA, cv.





## Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Yth.

Masyarakat Se-Soloraya

Di Tempat.

Dengan terhormat, bersama kuisisioner ini saya saya:

Nama : Lilis Septiyaningsih

NIM : 195221233

Program Studi : Akuntansi Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Sehubung dengan penelitian skripsi program sarjana (S-1) Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta, saya memerlukan informasi untuk mendukung penelitian yang saya lakukan dengan judul **“Peran Moderasi Knowledge About Riba Dalam Menjelaskan Hubungan Antara Norma subjektif, Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Niat Menggunakan Fintech Shopee Paylater”**.

Untuk itu saya mohon kesediaan saudara/I untuk menjawab pertanyaan yang ada secara jujur dan terbuka. Kesediaan saudara/I mengisi kuesioner ini sangat menentukan keberhasilan penelitian, data yang anda berikan akan saya jaga kerahasiaannya dan hanya semata-mata digunakan untuk kepentingan penelitian.

Atas ketersediaan saudara/I meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner tersebut, Saya Ucapkan Terima Kasih.

Hormat Saya,

Lilis Septiyaningsih

### A. Data Responden

Isilah data di bawah ini dengan memberikan tanda ceklist (✓) pada salah satu pilihan jawaban:

NAMA :

Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

Alamat :  Boyolali  
 Sukoharjo  
 Karanganyar  
 Wonogiri  
 Sragen  
 Klaten  
 Surakarta

Pernah bertransaksi menggunakan SPaylater minimal 1X :  YA  
 TIDAK

Apakah pernah mengenyam pendidikan di pesantren atau UIN :  PERNAH  
 TIDAK PERNAH

### B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Setiap satu pertanyaan hanya ada satu jawaban, responden cukup memberikan tanda ceklist (✓) pada kolom yang telah disediakan. Setiap angka akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat mahasiswa/I, dengan keterangan sebagai berikut:

- 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 : Tidak Setuju (TS)
- 3 : Netral (N)
- 4 : Setuju (S)
- 5 : Sangat Setuju (SS)

NO	Pernyataan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>Niat Menggunakan</b>						
1.	Saya berniat menggunakan <i>Fintech SPaylater</i>					
2.	Saya berniat rutin menggunakan <i>Fintech SPaylater</i>					
3.	Saya akan merekomendasikan <i>SPaylater</i> ke teman saya					
<b>Norma subjektif</b>						
4.	Mayoritas orang yang saya kenal menggunakan <i>Fintech SPaylater</i>					
5.	Orang-orang disekitar saya menggunakan <i>Fintech SPaylater</i>					
6.	Mayoritas orang yang saya kenal setuju jika saya menggunakan <i>Fintech SPaylater</i>					
7.	Mayoritas orang yang saya kenal berfikir bahwa saya harus menggunakan <i>Fintech SPaylater</i>					
<b>Perceived Usefulness</b>						
8.	<i>Fintech SPaylater</i> membantu transaksi pembayaran lebih cepat					
9.	<i>Fintech SPaylater</i> membantu meningkatkan kualitas dalam transaksi pembayaran					
10.	<i>Fintech SPaylater</i> membantu meningkatkan produktivitas dalam transaksi pembayaran					
11.	<i>Fintech SPaylater</i> membantu meningkatkan efektivitas dalam transaksi pembayaran					
<b>Perceived Ease of Use</b>						
12.	Belajar menggunakan <i>Fintech SPaylater</i> itu mudah					
13.	Terampil menggunakan <i>Fintech SPaylater</i> itu mudah					

14.	Mencari informasi tentang keuntungan dari <i>Fintech SPaylater</i> itu mudah					
15.	Menggunakan <i>Fintech SPaylater</i> itu mudah					
16.	Penggunaan <i>Fintech SPaylater</i> jelas dan dimengerti					
<b><i>Knowlege About Riba</i></b>						
17.	Diperlukan uang tambahan dalam hutang transaksi dianggap sebagai riba					
18.	Keuntungan dalam transaksi hutang adalah dianggap sebagai riba					
19.	Biaya tambahan saat batas waktu pembayaran dianggap sebagai riba					
20.	Denda atau denda dalam transaksi cicilan adalah dianggap sebagai riba					

Lampiran 3: Data Mentah Karakteristik Responden

NO	Email	Nama	Jenis Kelamin	No. HP	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Alamat	Pernah menggunakan SPaylater minimal 1X	mengenyam pendidikan di pesantren atau UIN
1	-	Ernando Dwi Bakti	Perempuan	85728923193	22	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Sukoharjo	YA	PERNAH
2	-	Winda Septi Nurikawanti	Perempuan	81329468573	20 Tahun	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Sukoharjo	YA	PERNAH
3	-	Pinkan Diaz	Perempuan	81953433211	20	Smk	Mahasiswa /Pelajar	Surakarta	YA	PERNAH
4	-	Bilal Achmad Zaki Ramadhan	Laki-laki	82322241229	23 Tahun	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Sukoharjo	YA	PERNAH
5	-	Emilia Larasati	Perempuan	82325989243	21	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Wonogiri	YA	PERNAH
6	-	Vhindy Indah Zavitri	Perempuan	85819018903	21	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
7	-	Aprilia Wulandari	Perempuan	8818599640	21	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Sukoharjo	YA	PERNAH
8	-	Endah Kurniawati	Perempuan	89620949741	22	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Sragen	YA	PERNAH
9	-	Qoyyim	Laki-laki	88802746586	22	Smk	Wirausaha	Klaten	YA	PERNAH
10	-	Nanang Prasetyo	Laki-laki	81328260800	22	Kuliah	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
11	-	Arthavetaris novelycyca	Perempuan	82136575821	23	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	PERNAH
12	-	Tantriani	Perempuan	81390388938	21	SMK	Karyawan	Wonogiri	YA	TIDAK PERNAH
13	-	Arum	Perempuan	85642025061	22	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Klaten	YA	PERNAH

14	-	Vivian	Perempuan	81325988908	22	Smk	Karyawan	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
15	-	Rini Nurhayati	Perempuan	+62 813- 2739-0018	22	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
16	-	Ruri	Perempuan	85706601389	22	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Surakarta	YA	PERNAH
17	-	Frizky Arshinata	Perempuan	85642649253	22	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Sragen	YA	PERNAH
18	-	Dika nikmahtul kusnah	Perempuan	82242719268	21	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Sragen	YA	PERNAH
19	-	Ertamevia	Perempuan	85702374369	21	Smk	Mahasiswa /Pelajar	Sragen	YA	PERNAH
20	-	Shinta	Perempuan	88225047713	21	S1	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	PERNAH
21	-	Nur sodiq	Laki-laki	85869895985	27	S1	Karyawan	Wonogiri	YA	TIDAK PERNAH
22	-	Adi Setiawan	Laki-laki	+62 857- 5031-1909	25	SMK	Karyawan	Karangan yar	YA	TIDAK PERNAH
23	-	Wiwin Listiyani	Perempuan	85848148615	22 tahun	SMK sederajat	Karyawan	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
24	-	Chusnul Chotimah	Perempuan	81215309118	22 tahun	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Sragen	YA	PERNAH
25	-	Rosita Rahmatul Laili	Perempuan	0877 17566 516	22 Tahun	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Sukoharjo	YA	PERNAH
26	-	Ika septiani	Perempuan	88228870697	24	Smk	IRT	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
27	-	Tata	Perempuan	85860374692	22	Sma	Mahasiswa /Pelajar	Klaten	YA	PERNAH
28	-	Sri Setyaningsih	Perempuan	85867746736	22	Smk	Mahasiswa /Pelajar	Klaten	YA	TIDAK PERNAH

29	-	ADITAMA TRIPAMUNGKAS	Laki-laki	089-542-224-7165	22	SMK	Karyawan	Karangan yar	YA	TIDAK PERNAH
30	arumpratiwi69@gmail.com	Arum Pratiwi	Perempuan	85700370525	21	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	PERNAH
31	<a href="mailto:Yusufalhidayat87@gmail.com">Yusufalhidayat87@gmail.com</a>	Yusuf Hidayat	Laki-laki	85800656458	17	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Sragen	YA	PERNAH
32	<a href="mailto:hardiyantisiti0704@gmail.com">hardiyantisiti0704@gmail.com</a>	Siti Hardianti	Perempuan	88291644689	23	Smk	Karyawan	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
33	<a href="mailto:rikayulianti317@gmail.com">rikayulianti317@gmail.com</a>	Rika	Perempuan	85727119415	22	Sma	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
34	<a href="mailto:Adeshafa123@gmail.com">Adeshafa123@gmail.com</a>	Ade Shafa Ananda	Perempuan	-	22	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Wonogiri	YA	PERNAH
35	<a href="mailto:arifyusup2@gmail.com">arifyusup2@gmail.com</a>	Arif Yusup Ramadhan	Laki-laki	85875134845	21	D3	Swasta	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
36	amandadinaw@gmail.com	Amanda Dina Wahyuni	Perempuan	85804802460	20	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
37	<a href="mailto:nadilapremitha@gmail.com">nadilapremitha@gmail.com</a>	Nadila Premitha Aprilia	Perempuan	87838823421	22 tahun	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Surakarta	YA	PERNAH
38	indriistiningsih2503@gmail.com	Indri Istiningsih	Perempuan	85705041201	20 Tahun	S1 Akuntansi Syariah	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	PERNAH
39	<a href="mailto:annisaislamiati30@gmail.com">annisaislamiati30@gmail.com</a>	Annisa Islamiati	Perempuan	81328400807	20	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Wonogiri	YA	PERNAH
40	<a href="mailto:ayatullahalquddus@gmail.com">ayatullahalquddus@gmail.com</a>	ayatullah al quddus	Laki-laki	88221566147	21	Sma	Mahasiswa /Pelajar	Klaten	YA	PERNAH
41	<a href="mailto:Rosadinabg2001@gmail.com">Rosadinabg2001@gmail.com</a>	Rosad Dina Nur Cahya	Perempuan	85866506412	22	Smk	Mahasiswa /Pelajar	Sukoharjo	YA	PERNAH
42	<a href="mailto:yanuar01rhma01@gmail.com">yanuar01rhma01@gmail.com</a>	yanuaristi rahma dira putri	Perempuan	88290081754	20	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Karangan yar	YA	PERNAH



43	<a href="mailto:Alpina6879@gmail.com">Alpina6879@gmail.com</a>	Alvina Alfilianti	Perempuan	81215935500	21	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Sragen	YA	PERNAH
44	<a href="mailto:zanuarlafi65@gmail.com">zanuarlafi65@gmail.com</a>	Zanuar Alfi Choirunisa	Perempuan	85803752275	21	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Karangan yar	YA	PERNAH
45	<a href="mailto:dilaviera97@gmail.com">dilaviera97@gmail.com</a>	Dila	Perempuan	85722283072	20	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Sukoharjo	YA	PERNAH
46	<a href="mailto:devtania123@gmail.com">devtania123@gmail.com</a>	Devtania Putri Aprisca	Perempuan	82264634112	22	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Surakarta	YA	PERNAH
47	<a href="mailto:dewirejeki2105@gmail.com">dewirejeki2105@gmail.com</a>	Dewi Rejeki	Perempuan	85787251739	22	SMK	Mahasiswa , Karyawan	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
48	<a href="mailto:umarikhsanudin03@gmail.com">umarikhsanudin03@gmail.com</a>	Umar ikhsan udin	Laki-laki	81329412903	26	Smk	Wirausaha	Karangan yar	YA	PERNAH
49	<a href="mailto:muhammadalimansur@gmail.com">muhammadalimansur@gmail.com</a>	Muhammad ali mansur	Laki-laki	82322126046	25	S1	Wirausaha	Karangan yar	YA	PERNAH
50	<a href="mailto:rindyanipuspitaa@gmail.com">rindyanipuspitaa@gmail.com</a>	Rindyani	Perempuan	81391530653	23	Smk	IRT	Wonogiri	YA	TIDAK PERNAH
51	<a href="mailto:rinariyanti@gmail.com">rinariyanti@gmail.com</a>	Rina riyanti	Perempuan	81297078261	25	Smk	IRT	Wonogiri	YA	PERNAH
52	<a href="mailto:enny2125@gmail.com">enny2125@gmail.com</a>	Mufidah eni sulistyowati	Perempuan	85701060334	20	Smk	Karyawan	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
53	<a href="mailto:Agusyuli808@gmail.com">Agusyuli808@gmail.com</a>	Agus yulianto	Laki-laki	85888584902	23	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
54	<a href="mailto:ranggasuk22@gmail.com">ranggasuk22@gmail.com</a>	Rangga Ayuwang sukma	Laki-laki	85736247129	22	Smk	Karyawan	Sragen	YA	PERNAH
55	<a href="mailto:Fidaregina3@gmail.com">Fidaregina3@gmail.com</a>	Regina	Perempuan	85842472350	20	Smk	Karyawan	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
56	<a href="mailto:deshintarahma@gmail.com">deshintarahma@gmail.com</a>	Deshinta rahma p	Perempuan	81328511191	23	Smk	Wirausaha	Klaten	YA	PERNAH
57	<a href="mailto:dianwijayaputri@gmail.com">dianwijayaputri@gmail.com</a>	Dian wijaya p	Perempuan	89529521312	23	S1	Wirausaha	Klaten	YA	PERNAH

58	<a href="mailto:anandaratna@gmail.com">anandaratna@gmail.com</a>	Ananda	Perempuan	85892597693	23	S1	IRT	Klaten	YA	PERNAH
59	<a href="mailto:agustindwi@gmail.com">agustindwi@gmail.com</a>	Agustin dwi juanti	Perempuan	81522616308	24	Smk	Wirausaha	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
60	<a href="mailto:rossitaayu@gmail.com">rossitaayu@gmail.com</a>	Rossita ayu salma	Perempuan	81229064129	24	S1	Wirausaha	Wonogiri	YA	TIDAK PERNAH
61	<a href="mailto:anisscee23@gmail.com">anisscee23@gmail.com</a>	Annisa oswatuh hasanah	Perempuan	85640540251	24	S1	Karyawan	Wonogiri	YA	PERNAH
62	<a href="mailto:nukhaniaa@gmail.com">nukhaniaa@gmail.com</a>	Nukha nia z	Perempuan	85876099875	25	S1	Guru honorer	Wonogiri	YA	PERNAH
63	<a href="mailto:muhammadsoled@gmail.com">muhammadsoled@gmail.com</a>	Muhammad soleh Ali m	Laki-laki	81229940054	25	S1	Guru honorer	Karangan yar	YA	PERNAH
64	<a href="mailto:bimamahardika@gmail.com">bimamahardika@gmail.com</a>	Bima Mahardika	Laki-laki	81226816708	25	S1	Guru honorer	Surakarta	YA	TIDAK PERNAH
65	<a href="mailto:fajaryudistira@gmail.com">fajaryudistira@gmail.com</a>	Fajar Yudistira	Laki-laki	88221164819	26	Smk	Wirausaha	Surakarta	YA	TIDAK PERNAH
66	<a href="mailto:antonurcahyo@gmail.com">antonurcahyo@gmail.com</a>	Anto nur cahyo	Laki-laki	81326526692	25	Smk	Wirausaha	Karangan yar	YA	PERNAH
67	<a href="mailto:dwipartii01@gmail.com">dwipartii01@gmail.com</a>	Dwi Suparti	Perempuan	85809040831	24	Smk	IRT	Wonogiri	YA	TIDAK PERNAH
68	<a href="mailto:suciazahraa@gmail.com">suciazahraa@gmail.com</a>	Suci azahra	Perempuan	85878770617	24	Smk	IRT	Wonogiri	YA	TIDAK PERNAH
69	<a href="mailto:rahma049@gmail.com">rahma049@gmail.com</a>	Lisa aulia rahma	Perempuan	82175858982	24	S1	Guru honorer	Karangan yar	YA	TIDAK PERNAH
70	<a href="mailto:andinurhadi@gmail.com">andinurhadi@gmail.com</a>	Andi nur hadi	Laki-laki	82242571046	24	Smk	Wirausaha	Karangan yar	YA	PERNAH
71	<a href="mailto:whybudiann@gmail.com">whybudiann@gmail.com</a>	Wahyu Budianto	Laki-laki	81218626646	24	S1	Guru honorer	Sukoharjo	YA	PERNAH
72	<a href="mailto:raniar049@gmail.com">raniar049@gmail.com</a>	Rani agustina rahmawati	Perempuan	85693848486	24	Smk	IRT	Karangan yar	YA	TIDAK PERNAH

73	<a href="mailto:indriwldr@gmail.com">indriwldr@gmail.com</a>	Indri Wulandari	Perempuan	85600647317	24	Smk	Guru honorer	Karangan yar	YA	PERNAH
74	<a href="mailto:ftmhxcaa@gmail.com">ftmhxcaa@gmail.com</a>	Fatimah cahyaningrum	Perempuan	85729074145	25	S1	Wirausaha	Karangan yar	YA	TIDAK PERNAH
75	<a href="mailto:amalialaist@gmail.com">amalialaist@gmail.com</a>	Annisa Amalia Istriana	Perempuan	82233447843	24	S1	Karyawan	Karangan yar	YA	PERNAH
76	<a href="mailto:gitasssss@gmail.com">gitasssss@gmail.com</a>	Gita sidik k	Perempuan	85802813606	24	S1	Guru honorer	Karangan yar	YA	TIDAK PERNAH
77	<a href="mailto:oktaviadk@gmail.com">oktaviadk@gmail.com</a>	Oktavia Dwi k	Perempuan	81548792715	19	Smk	Wirausaha	Karangan yar	YA	PERNAH
78	<a href="mailto:megarahmawati@gmail.com">megarahmawati@gmail.com</a>	Mega Rahmawati	Perempuan	87784642893	22	Smk	IRT	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
79	<a href="mailto:fajarwahyuningsih@gmail.com">fajarwahyuningsih@gmail.com</a>	Fajar Wahyuningsih	Perempuan	85876596148	22	Smk	IRT	Klaten	YA	PERNAH
80	<a href="mailto:asrinurbaiti@gmail.com">asrinurbaiti@gmail.com</a>	Asri nur baiti	Perempuan	75848106344	25	Smk	Karyawan	Surakarta	YA	PERNAH
81	<a href="mailto:galihtriutami@gmail.com">galihtriutami@gmail.com</a>	Galih Tri Utami	Perempuan	81528953464	24	Smk	Karyawan	Surakarta	YA	PERNAH
82	<a href="mailto:maaiiaa852@gmail.com">maaiiaa852@gmail.com</a>	Diana Mayawati	Perempuan	88220228092	24	Smk	Karyawan	Surakarta	YA	TIDAK PERNAH
83	<a href="mailto:Apriliad930@gmail.com">Apriliad930@gmail.com</a>	Aprilia Damayanti	Perempuan	82221218853	21	D3	Karyawan	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
84	<a href="mailto:bayuaji049@gmail.com">bayuaji049@gmail.com</a>	Bayu aji setiawan	Laki-laki	85705651053	24	Smk	Karyawan	Sragen	YA	TIDAK PERNAH
85	<a href="mailto:dwinurazizah@gmail.com">dwinurazizah@gmail.com</a>	Dwi nur azizah	Perempuan	85866470211	24	Smk	Karyawan	Sragen	YA	TIDAK PERNAH
86	<a href="mailto:bagasrahmadan@gmail.com">bagasrahmadan@gmail.com</a>	Bagas rahmadan	Laki-laki	81215119543	24	Smk	Karyawan	Sragen	YA	TIDAK PERNAH
87	<a href="mailto:dellaflorena@gmail.com">dellaflorena@gmail.com</a>	Della florena	Perempuan	85726842729	22	Smk	Karyawan	Sukoharjo	YA	TIDAK PERNAH

88	<a href="mailto:dewiyulianasss@gmail.com">dewiyulianasss@gmail.com</a>	Dewi yuliana	Perempuan	85826197212	24	S1	Wirausaha	Sukoharjo	YA	PERNAH
89	<a href="mailto:dewiseptriningsih@gmail.com">dewiseptriningsih@gmail.com</a>	Dewi seprianingsih	Perempuan	85786418327	24	Smk	Karyawan	Sukoharjo	YA	PERNAH
90	<a href="mailto:ernaaindry@gmail.com">ernaaindry@gmail.com</a>	Erna indriastuti	Perempuan	82133124703	24	Smk	Karyawan	Sukoharjo	YA	PERNAH
91	<a href="mailto:eviaulia89@gmail.com">eviaulia89@gmail.com</a>	Evi aulia	Perempuan	82235169797	24	Smk	Karyawan	Sragen	YA	TIDAK PERNAH
92	<a href="mailto:pratamahanaa@gmail.com">pratamahanaa@gmail.com</a>	Pratama hana minarti	Perempuan	81393046669	23	S1	Karyawan	Sukoharjo	YA	PERNAH
93	<a href="mailto:ernighuri16@gmail.com">ernighuri16@gmail.com</a>	Erni Ghuri	Perempuan	81353277312	21	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
94	<a href="mailto:Amirulhaq@gmail.com">Amirulhaq@gmail.com</a>	Amirul	Laki-laki	85325788956	20	Smk	Karyawan	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
95	<a href="mailto:Irkhamfiddin@gmail.com">Irkhamfiddin@gmail.com</a>	Irkham	Laki-laki	81208459872	22	Smk	Wirausaha	Klaten	YA	PERNAH
96	<a href="mailto:atikaputri@gmail.com">atikaputri@gmail.com</a>	Artika putri haryadi	Perempuan	81389277135	22	Smk	Karyawan	Surakarta	YA	PERNAH
97	<a href="mailto:taufikwidiyan@gmail.com">taufikwidiyan@gmail.com</a>	Taufik widiyanto	Laki-laki	85640428694	22	Smk	Karyawan	Surakarta	YA	TIDAK PERNAH
98	<a href="mailto:nishaadiana@gmail.com">nishaadiana@gmail.com</a>	Khairunnisa Diana P	Perempuan	85726359004	23	Smk	Karyawan	Surakarta	YA	PERNAH
99	<a href="mailto:salwaaaura22@gmail.com">salwaaaura22@gmail.com</a>	Salwa aura safitri	Perempuan	81290372137	24	Smk	Karyawan	Surakarta	YA	PERNAH
100	<a href="mailto:dahajiade049@gmail.com">dahajiade049@gmail.com</a>	Dahaji ade dapliantori	Laki-laki	85728351908	25	S1	Karyawan	Surakarta	YA	PERNAH
101	<a href="mailto:ragilamini@gmail.com">ragilamini@gmail.com</a>	Ragil amini	Perempuan	81393946166	25	Smk	Karyawan	Sukoharjo	YA	PERNAH
102	<a href="mailto:rxysanusi96@gmail.com">rxysanusi96@gmail.com</a>	Rexzy Sanusi	Laki-laki	85626558277	25	Smk	Karyawan	Sukoharjo	YA	PERNAH

103	<a href="mailto:ferdinanrahmad@gmail.com">ferdinanrahmad@gmail.com</a>	Ferdinan rahmad saputro	Laki-laki	87732987083	22	Smk	Karyawan	Surakarta	YA	PERNAH
104	<a href="mailto:restupuriana@gmail.com">restupuriana@gmail.com</a>	Restu putriana	Perempuan	85815271973	20	Smk	Karyawan	Sragen	YA	PERNAH
105	<a href="mailto:dianagustina@gmail.com">dianagustina@gmail.com</a>	Dianagustina	Perempuan	85850462259	20	Smk	Karyawan	Sragen	YA	TIDAK PERNAH
106	<a href="mailto:sunardi489@gmail.com">sunardi489@gmail.com</a>	Sunardi	Laki-laki	82138966619	23	Smk	Karyawan	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
107	<a href="mailto:tsusilo194@gmail.com">tsusilo194@gmail.com</a>	Tri susilo	Laki-laki	85837016787	20	Smk	Karyawan	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
108	<a href="mailto:divasaputra@gmail.com">divasaputra@gmail.com</a>	Diva	Laki-laki	85235676528	23	Smk	Karyawan	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
109	<a href="mailto:vikysaputra@gmail.com">vikysaputra@gmail.com</a>	Viky saputra	Laki-laki	81326694567	23	Smk	Wirausaha	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
110	<a href="mailto:ragilpamungkas@gmail.com">ragilpamungkas@gmail.com</a>	Ragil pamungkas	Laki-laki	88257890678	23	Smk	Karyawan	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
111	<a href="mailto:agutianiwulan226@gmail.com">agutianiwulan226@gmail.com</a>	Wulan agustiani	Perempuan	85229280429	22	D1	Karyawan	Sukoharjo	YA	TIDAK PERNAH
112	<a href="mailto:alutfiaaulia@gmail.com">alutfiaaulia@gmail.com</a>	Lutfia aulia afni	Perempuan	85640303693	22	D1	Karyawan	Sukoharjo	YA	TIDAK PERNAH
113	<a href="mailto:rimaratih91@gmail.com">rimaratih91@gmail.com</a>	Rima ratih w	Perempuan	82227063499	23	Sma	Mahasiswa /Pelajar	Sukoharjo	YA	PERNAH
114	<a href="mailto:desiekapратиwi@gmail.com">desiekapратиwi@gmail.com</a>	Desi eka pratiwi	Perempuan	82774620791	23	Smk	Karyawan	Sragen	YA	TIDAK PERNAH
115	<a href="mailto:ikhsanmalik009@gmail.com">ikhsanmalik009@gmail.com</a>	Ikhsan malik f	Laki-laki	87732160718	23	Smk	Karyawan	Sukoharjo	YA	TIDAK PERNAH
116	<a href="mailto:haryanifh@gmail.com">haryanifh@gmail.com</a>	Haryani	Perempuan	81228520755	22	Smk	Mahasiswa /Pelajar	Wonogiri	YA	TIDAK PERNAH
117	<a href="mailto:fyulirahmawati@gmail.com">fyulirahmawati@gmail.com</a>	Fita Yuli Rahmawati	Perempuan	85725099224	21	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Klaten	YA	PERNAH

118	<a href="mailto:fiviafivah59@gmail.com">fiviafivah59@gmail.com</a>	Fivi Afivah	Perempuan	85313076288	21	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Karangan yar	YA	PERNAH
119	<a href="mailto:maulinawalina@gmail.com">maulinawalina@gmail.com</a>	Maulin Awalina Chasanah	Perempuan	88233313354	23	Smk	Karyawan	Sukoharjo	YA	PERNAH
120	<a href="mailto:ridwanpitut@gmail.com">ridwanpitut@gmail.com</a>	Muhammad Ridwan	Laki-laki	85714787443	26	Smk	Karyawan	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
121	<a href="mailto:agustinenisa@gmail.com">agustinenisa@gmail.com</a>	Annisa Agustin	Perempuan	8.82006E+11	22	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Sragen	YA	PERNAH
122	<a href="mailto:aybwahyudin@gmail.com">aybwahyudin@gmail.com</a>	Ayub Wahyudin	Laki-laki	82134298241	24	Smk	Karyawan	Sukoharjo	YA	TIDAK PERNAH
123	<a href="mailto:Fajrirahmawati10@gmail.com">Fajrirahmawati10@gmail.com</a>	Fajri Rahmawati	Perempuan	81326387091	21	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	PERNAH
124	<a href="mailto:bethadwikusuma@gmail.com">bethadwikusuma@gmail.com</a>	Betha Dwi Kusumawati	Perempuan	82138365683	22 tahun	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Karangan yar	YA	TIDAK PERNAH
125	<a href="mailto:bethadwikusuma@gmail.com">bethadwikusuma@gmail.com</a>	BETHA DWI KUSUMAWATI	Perempuan	82138365683	22 tahun	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Karangan yar	YA	PERNAH
126	<a href="mailto:habibdwisaksono@gmail.com">habibdwisaksono@gmail.com</a>	Habib Dwi Saksono	Laki-laki	81231153408	22 Tahun	MAN 1 Karangany ar	Mahasiswa /Pelajar	Karangan yar	YA	PERNAH
127	<a href="mailto:fisahqurotulaini@gmail.com">fisahqurotulaini@gmail.com</a>	Faisah	Perempuan	88221538094	21	Sma	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	PERNAH
128	<a href="mailto:juliakaltsum25@gmail.com">juliakaltsum25@gmail.com</a>	Tsabita Julia Kaltsum	Perempuan	8.95363E+11	21	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Surakarta	YA	PERNAH
129	<a href="mailto:ninamutiara17@gmail.com">ninamutiara17@gmail.com</a>	Nina Mutiara	Perempuan	85865803548	22	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Karangan yar	YA	PERNAH
130	<a href="mailto:noviaeka339@gmail.com">noviaeka339@gmail.com</a>	Eka Novia Agustina	Perempuan	81903386038	22	Smk	Mahasiswa /Pelajar	Surakarta	YA	PERNAH
131	<a href="mailto:ynita171@gmail.com">ynita171@gmail.com</a>	Yuanita Indah Sabila	Perempuan	89527043268	21	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	PERNAH

132	<a href="mailto:iqbalhumam2@gmail.com">iqbalhumam2@gmail.com</a>	Muhammad Iqbal Humam Ghafur	Laki-laki	82241916436	25	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Surakarta	YA	PERNAH
133	1.95E+08	Vera Putri Sagita	Perempuan	81912096322	22 tahun	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Karanganyar	YA	PERNAH
134	<a href="mailto:ernaindry456@gmail.com">ernaindry456@gmail.com</a>	Erna indri	Perempuan	82133124703	22	SMA	Karyawan	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
135	<a href="mailto:taaya902@gmail.com">taaya902@gmail.com</a>	Tri handyaningsih	Perempuan	81326975604	22 tahun	Smk	Karyawan	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
136	<a href="mailto:asharimeilina@gmail.com">asharimeilina@gmail.com</a>	Meilina Zuana Ashari	Perempuan	82135571126	21 tahun	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	PERNAH
137	<a href="mailto:mahesky.lalang@gmail.com">mahesky.lalang@gmail.com</a>	Lalang	Laki-laki	85869895226	21	Kuliah	Mahasiswa /Pelajar	Boyolali	YA	PERNAH
138	<a href="mailto:nurinaalmirai@gmail.com">nurinaalmirai@gmail.com</a>	Nurina almira saeputri	Perempuan	87772322964	22	Man	Mahasiswa /Pelajar	Karanganyar	YA	PERNAH
139	<a href="mailto:yuninuraini@gmail.com">yuninuraini@gmail.com</a>	Yuni nur aini	Perempuan	85156117958	23	Smk	Karyawan	Sukoharjo	YA	TIDAK PERNAH
140	<a href="mailto:annisaamalia@gmail.com">annisaamalia@gmail.com</a>	Annisa amalia istriana	Perempuan	82233557843	23	S1	Karyawan	Wonogiri	YA	PERNAH
141	<a href="mailto:saputrobayu@gmail.com">saputrobayu@gmail.com</a>	Bayu saputro	Laki-laki	85697072791	23	Smk	Karyawan	Wonogiri	YA	TIDAK PERNAH
142	<a href="mailto:pandegapandu@gmail.com">pandegapandu@gmail.com</a>	Pandega pandu	Laki-laki	85855017225	26	S1	Guru honorer	Wonogiri	YA	TIDAK PERNAH
143	<a href="mailto:Khofifahnuraini@gmail.com">Khofifahnuraini@gmail.com</a>	Khofifah nur aini	Perempuan	83863115672	26	Smk	IRT	Sragen	YA	PERNAH
144	<a href="mailto:eeceh498@gmail.com">eeceh498@gmail.com</a>	Tri setyaningsih	Perempuan	81236718890	26	Smk	Karyawan	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
145	<a href="mailto:dwiariyantii@gmail.com">dwiariyantii@gmail.com</a>	Dwi Ariyanti	Perempuan	85640840227	23	Smk	IRT	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
146	<a href="mailto:hfhkchoriunnikma@gmail.com">hfhkchoriunnikma@gmail.com</a>	Hanifah khoirunnikmah	Perempuan	81325505496	18	Smk	Mahasiswa /Pelajar	Karanganyar	YA	PERNAH

147	<a href="mailto:faisalfyd@gmail.com">faisalfyd@gmail.com</a>	Faisal fayydh es sibai	Laki-laki	81476616873	24	Smk	Wirausaha	Sukoharjo	YA	TIDAK PERNAH
148	<a href="mailto:tiarakomalasari@gmail.com">tiarakomalasari@gmail.com</a>	Tiara komalasari	Perempuan	85741961849	20	Man	Karyawan	Sukoharjo	YA	PERNAH
149	<a href="mailto:mutyaice22@gmail.com">mutyaice22@gmail.com</a>	Mutyasari	Perempuan	85706198160	22	Man	Karyawan	Wonogiri	YA	TIDAK PERNAH
150	<a href="mailto:pratamahana@gmail.com">pratamahana@gmail.com</a>	Pratama hana m	Perempuan	81393046669	25	Smk	IRT	Boyolali	YA	TIDAK PERNAH
151	<a href="mailto:hasanalilutfi@gmail.com">hasanalilutfi@gmail.com</a>	Hasan Ali Lutfi	Laki-laki	88232508663	24	Man	Mahasiswa /Pelajar	Surakarta	YA	TIDAK PERNAH
152	<a href="mailto:yaniirma467@gmail.com">yaniirma467@gmail.com</a>	Ir	Perempuan	85768054320	24	Ma	Wirausaha	Klaten	YA	PERNAH
153	<a href="mailto:liaferina448@gmail.com">liaferina448@gmail.com</a>	Lia ferina	Perempuan	82245186127	16	Smp	Mahasiswa /Pelajar	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
154	<a href="mailto:lunaaputri@gmail.com">lunaaputri@gmail.com</a>	Luna	Perempuan	85727626788	16	Smp	Mahasiswa /Pelajar	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
155	<a href="mailto:alyaratnawilujeng@gmail.com">alyaratnawilujeng@gmail.com</a>	Alya ratna wilujeng	Perempuan	85679245679	16	Smp	Mahasiswa /Pelajar	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
156	<a href="mailto:finawidyastuti65@gmail.com">finawidyastuti65@gmail.com</a>	Fina Fidiastuti	Perempuan	8.95423E+11	21	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Sukoharjo	YA	PERNAH
157	<a href="mailto:zahrotunabiir11@gmail.com">zahrotunabiir11@gmail.com</a>	Zahrotun Abiir	Perempuan	89646933941	22	SMA	Mahasiswa /Pelajar	Karangan yar	YA	PERNAH
158	<a href="mailto:rizkidwifebriana2118@gmail.com">rizkidwifebriana2118@gmail.com</a>	rizki dwi febriana	Perempuan	89630981623	20	Sma	Mahasiswa /Pelajar	Surakarta	YA	PERNAH
159	<a href="mailto:queensharea@gmail.com">queensharea@gmail.com</a>	Queensha rhea	Perempuan	85789687420	17	SMP	Mahasiswa /Pelajar	Wonogiri	YA	TIDAK PERNAH
160	<a href="mailto:Ihsansaputra@gmail.com">Ihsansaputra@gmail.com</a>	Ihsan	Laki-laki	88856789012	20	Smk	Karyawan	Sragen	YA	PERNAH
161	<a href="mailto:Rafikmaulana@gmail.com">Rafikmaulana@gmail.com</a>	Rafik	Laki-laki	81456789012	22	Sma	Wirausaha	Karangan yar	YA	TIDAK PERNAH



162	<a href="mailto:nabilakhorunnisa@gmail.com">nabilakhorunnisa@gmail.com</a>	Nabila	Perempuan	82235698230	26	Smk	Karyawan	Wonogiri	YA	TIDAK PERNAH
163	<a href="mailto:Agusnadi@gmail.com">Agusnadi@gmail.com</a>	Agus	Laki-laki	87456789234	25	Smk	Karyawan	Surakarta	YA	PERNAH
164	<a href="mailto:taufikmarwanto@gmail.com">taufikmarwanto@gmail.com</a>	Taufik marwanto	Laki-laki	82578642314	21	Ma	Karyawan	Karangan yar	YA	TIDAK PERNAH
165	<a href="mailto:Ruskidwe@gmail.com">Ruskidwe@gmail.com</a>	Riski	Laki-laki	81234578901	23	Smk	Wirausaha	Klaten	YA	TIDAK PERNAH
166	<a href="mailto:Wisnuaji@gmail.com">Wisnuaji@gmail.com</a>	Wisnu	Laki-laki	89743215678	22	Smk	Mahasiswa /Pelajar	Wonogiri	YA	PERNAH
167	<a href="mailto:Dimaserwin@gmail.com">Dimaserwin@gmail.com</a>	Dimas	Laki-laki	85678902345	21	Sma	Mahasiswa /Pelajar	Sukoharjo	YA	TIDAK PERNAH
168	<a href="mailto:khoirulmuttaqim@gmail.com">khoirulmuttaqim@gmail.com</a>	Khirul muttaqim	Laki-laki	82789041223	19	Ma	Mahasiswa /Pelajar	Sukoharjo	YA	TIDAK PERNAH
169	<a href="mailto:Sonibudi@gmail.com">Sonibudi@gmail.com</a>	Soni	Laki-laki	87623415678	25	Sma	Karyawan	Wonogiri	YA	TIDAK PERNAH
170	<a href="mailto:kanayazidania@gmail.com">kanayazidania@gmail.com</a>	Naya	Perempuan	85698537612	26	Smk	Karyawan	Karangan yar	YA	PERNAH
171	<a href="mailto:Allansantoso@gmail.com">Allansantoso@gmail.com</a>	Allan	Laki-laki	85623456780	26	Smk	Wirausaha	Karangan yar	YA	PERNAH
172	<a href="mailto:Osmasyaiful@gmail.com">Osmasyaiful@gmail.com</a>	Osama	Laki-laki	88845678910	23	Smk	Wirausaha	Sukoharjo	YA	PERNAH
173	<a href="mailto:Bagasnur@gmail.com">Bagasnur@gmail.com</a>	Bagas	Laki-laki	88845671234	24	Smk	Karyawan	Klaten	YA	PERNAH
174	<a href="mailto:Lusianafy@gmail.com">Lusianafy@gmail.com</a>	Lusiana febriyanti	Perempuan	81946841488	23	Smk	Mahasiswa /Pelajar	Surakarta	YA	PERNAH
175	<a href="mailto:swarilestari2109@gmail.com">swarilestari2109@gmail.com</a>	Septi Wahyu Lestari	Perempuan	8971962859	22	SMK	Mahasiswa /Pelajar	Sragen	YA	PERNAH
176	<a href="mailto:panjiputra@gmail.com">panjiputra@gmail.com</a>	Panji	Laki-laki	85796087990	20	Man	Karyawan	Sukoharjo	YA	TIDAK PERNAH

177	<a href="mailto:fjralfian123@gmail.com">fjralfian123@gmail.com</a>	Fajar	Laki-laki	85768932445	18	Sma	Karyawan	Karangan yar	YA	TIDAK PERNAH
178	<a href="mailto:estiapriyanti@gmail.com">estiapriyanti@gmail.com</a>	Esti apriyanti	Perempuan	85223476819	25	D3	Karyawan	Wonogiri	YA	TIDAK PERNAH
179	<a href="mailto:ayupuspitaa@gmail.com">ayupuspitaa@gmail.com</a>	Ayu Puspita Sari	Perempuan	75224576890	22	D2	Karyawan	Wonogiri	YA	PERNAH
180	<a href="mailto:tarisaaaoktvv@gmail.com">tarisaaaoktvv@gmail.com</a>	Tarisa oktaviani	Perempuan	81869876223	19	Man	Mahasiswa /Pelajar	Klaten	YA	PERNAH
181	<a href="mailto:selamardina@gmail.com">selamardina@gmail.com</a>	Sela mardina	Perempuan	85467890223	24	Smk	Karyawan	Karangan yar	YA	TIDAK PERNAH

Lampiran 4: Tabulasi Data

Niat Menggunakan			<i>Subjektif Norm</i>				<i>Perceived Usefulness</i>				<i>Perceived Ease of Use</i>					<i>Knowledge About Riba</i>			
Y11	Y12	Y13	X11	X12	X13	X14	X21	X22	X23	X24	X31	X32	X33	X34	X35	Z11	Z12	Z13	Z14
1	1	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4
1	2	1	2	3	2	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	5	4	5	4
2	3	2	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	5	4
3	3	3	4	5	4	3	3	3	2	2	4	4	3	3	3	5	5	5	3
3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5
2	2	2	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
3	3	3	1	2	3	3	3	2	2	3	1	1	2	2	2	4	2	3	2
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
4	3	3	1	2	3	3	3	4	4	3	2	3	2	2	2	4	2	3	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	1	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	4	2	3	2
2	2	2	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
4	4	4	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	4	2	4	4
3	3	3	3	4	4	3	5	4	4	5	3	3	4	3	3	4	4	3	4
4	4	5	5	3	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
3	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3	5	3	3	3	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4

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

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

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

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

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



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

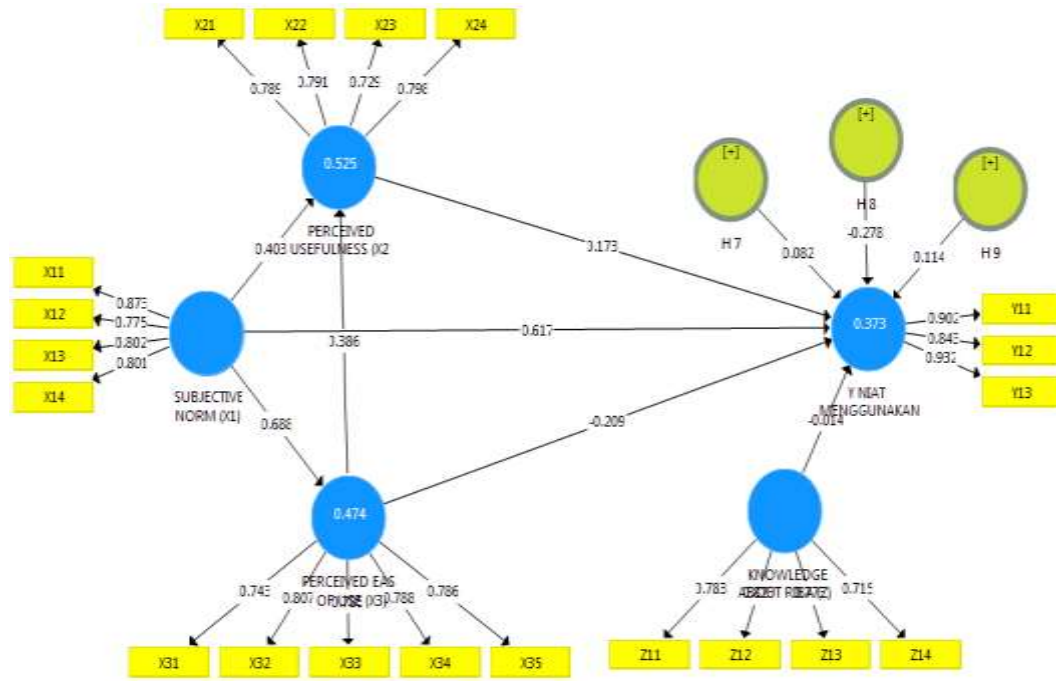
## Lampiran 5: Analisis Deskriptif

**Statistics**

		X1_SN	X2_PU	X3_PEU	Y_NIAT	Z_KR
N	Valid	181	181	181	181	181
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		14,4088	16,2265	19,3149	10,1381	16,6851
Median		15,0000	17,0000	20,0000	10,0000	17,0000
Std. Deviation		2,79856	2,28244	3,07232	2,34230	2,35354
Minimum		7,00	6,00	8,00	4,00	11,00
Maximum		20,00	20,00	25,00	14,00	20,00
Sum		2608,00	2937,00	3496,00	1835,00	3020,00

Lampiran 6: *Output SmartPLS 3.0*1. Model Pengukuran (Uji *Outer Model*)

## Model Pengukuran Sebelum Uji Indikator



**Uji Validitas Konvergen**  
**Factor Loading dan AVE**

	Loading Factor	AVE	Keterangan
<i>Norma subjektif (SN)</i>		0,662	Valid
SN1	0,873		Valid
SN2	0,775		Valid
SN3	0,802		Valid
SN4	0,801		Valid
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>		0,604	Valid
PU1	0,789		Valid
PU2	0,791		Valid
PU3	0,729		Valid
PU4	0,798		Valid
<i>Perceived Ease of Use (PEU)</i>		0,611	Valid
PEU1	0,743		Valid
PEU2	0,807		Valid

PEU3	0,785		Valid
PEU4	0,788		Valid
PEU5	0,786		Valid
Niat Menggunakan (NM)		0,798	Valid
NM1	0,902		Valid
NM2	0,843		Valid
NM3	0,932		Valid
<i>Knowledge About Riba (KAR)</i>		0,600	Valid
KAR1	0,783		Valid
KAR2	0,823		Valid
KAR3	0,773		Valid
KAR4	0,715		Valid

**Uji Validitas Diskriminan**  
*Fornell Larcker Criterion*

	<b>Z</b>	<b>X3</b>	<b>X2</b>	<b>X1</b>	<b>Y</b>
<i>Knowledge About Riba (KAR)</i>	<b>0.774</b>				
<i>Perceived Ease of USE (PEU)</i>	0.610	<b>0.782</b>			
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	0.549	0.663	<b>0.777</b>		
<i>Norma subjektif (SN)</i>	0.552	0.688	0.669	<b>0.814</b>	
<i>Niat Menggunakan (NM)</i>	0.297	0.344	0.444	0.572	<b>0.893</b>

**Uji Realiabilitas**  
*Cronbach's Alpha dan Composite Reliability*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	rho_A
<i>Knowledge About Riba (KAR)</i>	0.779	0.857	0.786
<i>Perceived Ease of USE (PEU)</i>	0.841	0.887	0.841
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	0.782	0.859	0.786
<i>Norma subjektif (SN)</i>	0.829	0.887	0.837
<i>Niat Menggunakan (NM)</i>	0.873	0.922	0.882

## 2. Model Struktural atau Uji Inner Model

### Uji Determinasi

#### *R-Square dan Adjusted R-Square*

	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
<i>Perceived Ease Of Use</i>	0.474	0.471
<i>Perceived Usefulness</i>	0.525	0.520
Y Niat Menggunakan	0.373	0.347

#### *Predictive Relevance*

	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (=1- SSE/SSO)
KAR	724.000	724.000	
PEU	905.000	657.899	0.273
PU	724.000	502.760	0.306
SN	724.000	724.000	
NM	543.000	394.735	0.273

#### Model Fit

	<i>Model Saturated</i>	Model Estimasi
SRMR	0.085	0.099
d_ULS	1.519	2.070
d_G	0.619	0.653
Chi-Square	591.133	623.125
NFI	0.726	0.712

### Uji Hipotesis

	<b>Sampel Asli (O)</b>	<b>Rata-rata Sampel (M)</b>	<b>Standar Deviasi (STDEV)</b>	<b>T Statistik</b>	<b>P Values</b>
<i>Norma subjektif -&gt; Perceived Usefulness</i>	0.403	0.409	0.080	5.050	<b>0.000</b>
<i>Norma subjektif -&gt; Perceived Ease Of Use</i>	0.688	0.688	0.054	12.639	<b>0.000</b>
<i>Norma subjektif -&gt; Niat Menggunakan</i>	0.617	0.610	0.099	6.243	<b>0.000</b>
<i>Perceived Ease Of Use -&gt; Perceived Usefulness</i>	0.386	0.382	0.090	4.282	<b>0.000</b>
<i>Perceived Ease Of Use -&gt; Niat Menggunakan</i>	-0.209	-0.220	0.099	2.115	<b>0.035</b>
<i>Perceived Usefulness -&gt; Niat Menggunakan</i>	0.173	0.180	0.087	1.990	<b>0.047</b>
<i>Knowledge About Riba -&gt; Niat Menggunakan</i>	-0.014	-0.001	0.083	0.175	<b>0.861</b>
<i>Knowledge About Riba Memoderasi Perceived Ease of Use -&gt; Niat Menggunakan</i>	0.082	0.079	0.097	0.846	<b>0.398</b>
<i>Knowledge About Riba Memoderasi Norma subjektif -&gt; Niat Menggunakan</i>	-0.278	-0.270	0.111	2.506	<b>0.013</b>
<i>Knowledge About Riba Memoderasi Percived Usefulness -&gt; Niat Menggunakan</i>	0.114	0.106	0.083	1.379	<b>0.168</b>

## Lampiran 7: Hasil Uji Plagiasi

Lilis S AKS\_Skripsi

---

ORIGINALITY REPORT

---

<b>20%</b>	<b>20%</b>	<b>10%</b>	<b>7%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

---

PRIMARY SOURCES

---

<b>1</b>	<b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b> Internet Source	<b>8%</b>
<b>2</b>	<b>dspace.uii.ac.id</b> Internet Source	<b>4%</b>
<b>3</b>	<b>lib.unnes.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>www.jurnal.stie-aas.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>ejournal.radenintan.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repository.ub.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Submitted to Universitas Negeri Jakarta</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>core.ac.uk</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>Submitted to Universitas Diponegoro</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>

---