

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN TERHADAP
PENGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* SYARIAH SYARQ SEBAGAI
PLATFORM CICILAN ONLINE SYARIAH (PENDEKATAN TAM DAN TPB)**

*Factors That Influence The Consumers Interest On Using SyarQ Service As An
Islamic Online Instalment Platform By Using TAM and TPB Theories*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

TRI YUNIATI

15423072

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2020

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Yuniati
NIM : 15423072
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Penggunaan Financial Technology Syariah SyarQ Sebagai Platform Cicilan Online Syariah (Pendekatan TAM dan TPB)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 17 Desember 2019

Yang menyatakan,


 Tri Yuniati

HALAMAN PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511 / (0274) 898462
F. (0274) 898463
E. fai@uii.ac.id
W. fai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 4 Maret 2020
Nama : TRI YUNIATI
Nomor Mahasiswa : 15423072
Judul Skripsi : Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen terhadap Penggunaan Financial Technology Syariah SyarQ sebagai Platform Cicilan Online Syariah (Pendekatan TAM dan TPB)

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

TIM PENGUJI:

Ketua

Junaidi Safitri, SEI, MEI

(.....)

Penguji I

Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I

(.....)

Penguji II

Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

(.....)

Pembimbing

Yuli Andriansyah, SE, MSI

(.....)

Yogyakarta, 4 Maret 2020

Dekan,



Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA,

REKOMENDASI PEMBIMBING

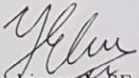
REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama : Tri Yuniati
NIM : 15423072
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Penggunaan Financial Technology Syariah SyarQ Sebagai Platform Cicilan Online Syariah (Pendekatan TAM dan TPB)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 17 Desember 2019


Yuli Andriansyah, SE, MSI

NOTA DINAS

NOTA DINAS

Hal : SKRIPSI
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

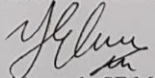
Berdasarkan penunjukan Dekan Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 2606/Dek/60/DAS/FIAI/VI/2019 tanggal 17 Desember 2019 bertepatan pada 20 Rabiul Akhir 1441 H, atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama : Tri Yuniati
No. Mahasiswa : 15423072
Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2019/2020
Judul Skripsi : Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Penggunaan *Financial Technology* Syariah SyarQ Sebagai Platform Cicilan Online Syariah (Pendekatan TAM dan TPB)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami bertetapan, bahwa skripsi saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian semoga dalam waktu dekat bisa munaqasahkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga) eksemplar skripsi dimaksud.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dosen Pembimbing


Yuli Andriansyah, SE,MSI

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memudahkan segala urusan yang menjadi tahap impianku sekaligus penyusunan skripsi atas rahmat dan kebekahanNya. Shalawat serta salam yang selalu tercurah pada Nabi Muhammad SAW hingga umatNya akhir zaman.

Alhamdulillah, dengan penuh rasa syukur dan senang atas ridho Allah SWT. Dalam penyusunan skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Untuk kedua orangtuaku yang telah memberikan dukungan selalu baik berupa materi maupun non materi sampai anaknya sudah menikah dan mengerjakan skripsi ini atau sampai kapanpun. Jasa kedua orangtuaku semoga bekal menuju JannahNya kelak. Engkau menjadi panutanku kelak sebagai contoh teladan orangtua yang terbaik. Semoga Allah SWT selalu mengabulkan doamu ibu dan bapak, semoga segala keinginan dan urusan yang sudah direncanakan terkabul olehNya. Aamiin.
2. Suamiku yang selalu mendoakan untuk istrinya, yang telah ikhlas mengganti dan membimbingku setelah Bapakku. Yang telah mengajar lebih dari orangtuaku. Semoga Allah SWT memberkahi kita dan mengabulkan cita-cita juga impian bersama untuk menuju JannahNya. Aamiin.
3. Untuk kedua mertuaku yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan. Terimakasih sudah menerima dengan sangat baik bagaimana mengayomi menantu. Semoga segala rencana dan hajatmu terpenuhi selalu olehNya. Aamiin.
4. Kedua kakak laki-lakiku sebagai panutan dan kedua kakak ipar sebagai panutan dan penasehat. Terimakasih sudah mengajarkan pengalaman untuk bekal nanti kelak saya dewasa menjadi orangtua. Semoga AllahSWT selalu memberkahi kehidupan untuk bekal menuju JannahNya kelak. Aamiin.
5. Keluarga besarku, baik dari bapak maupun ibu juga mertua. Terimakasih atas nasihat serta dukungan selama ini.

6. Seluruh sahabat dan temanku selama di Universitas Islam Indonesia. Saya ucapkan terimakasih sebagai guru pengalaman terbaik. Semoga cita-cita kalian dimudahkan dan dilancarkan oleh Allah dalam meraihnya. Aamiin.



HALAMAN MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An Nisa' ayat 29)

“Tidak boleh melakukan perbuatan yang membuat mudharat bagi orang lain baik permulaan ataupun balasan” (HR. Ibnu Majah. Dishahihkan oleh Al-Albani)

ABSTRAK

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN TERHADAP FINANCIAL TECHNOLOGY SYARIAH SYARQ SEBAGAI PLATFORM CICILAN ONLINE SYARIAH (PENDEKATAN TAM DAN TPB)

Oleh

Tri Yuniati

(15423072)

Penelitian ini menganalisa faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pengguna layanan SyarQ sebagai platform cicilan online syariah yang menggunakan integrasi teori TAM dan TPB. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan layanan SyarQ sebagai wadah cicilan secara online berbasis syariah dengan pendekatan model teknologi TAM dan TPB. Penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif dan eksploratif dengan menggunakan pengujian hipotesis metode SEM untuk membuktikan pengaruh hipotesis pada penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online dalam bentuk *google form* untuk disebarkan ke pengguna layanan SyarQ dan komunitasnya. Sampel yang didapatkan sebanyak 100 responden dan dianalisis dengan aplikasi Software Smart PLS 3.0. Hasil penelitian ini bahwa minat dalam penggunaan layanan SyarQ sebagai wadah cicilan online dengan akad syariah (Murabahah) dipengaruhi oleh sikap atau perilaku memiliki pengaruh besar terhadap minat perilaku menggunakan sebuah layanan teknologi.

**Kata Kunci : Murabahah, Technology Acceptance Model, Theory Planned Behavior,
Minat, Sikap, Structural Equation Modeling (SEM)**

ABSTRACT

FACTORS INFLUENCING THE CUSTOMERS' INTEREST TOWARDS FINANCIAL TECHNOLOGY OF SHARIA SYARQ AS THE ONLINE SHARIA INSTALLMENT PLATFORM (APPROACH OF TAM AND TPB)

By
Tri Yuniati
(15423072)

This research is to analyze the factors influencing the customers' interest towards the utilization of the SyarQ service as the online sharia installment platform using the integration of TAM and TPB theory. The aim of this research is to analyze the factors influencing the interest of an individual in using SyarQ service as the online sharia based installment with the approach of TAM and TPB technology model. This is a descriptive-explorative quantitative research using the hypothesis test of SEM method to prove the influence of the research hypothesis. The data were collected by distributing the online questionnaires in the Google form to the users of the SyarQ service and its community. 100 respondents were obtained as the sample and analyzed using the application of Smart PLS 3.0 Software. The results of this research showed that the interest in the utilization of the SyarQ service as a form of online installment with sharia contract was affected by attitude or the behavior had a significant impact on the interest of attitude in using a technology service.

Keywords: Murabahah, Technology Acceptance Model, Theory Planned Behavior, Interest, Attitude, Structural Equation Modeling (SEM)

December 30, 2020

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

KATA PENGANTAR



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillahirobbilámin, dengan segala nikmat yang selalu diberi oleh-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan isi tugas akhir ini dengan lancar dan sehat walafiat. Puji syukur juga tidak terlupakan untuk Nabi Muhammad SAW. Semoga kita semua selalu mendapatkan syafaat-Nya di hari akhir nanti.

Tujuan dari tugas akhir ini tidak kurang dari sebagian bentuk bukti terselesaikannya Sarjana Strata 1. Kesulitan penulis disini yaitu kurang banyaknya referensi atau pengetahuan tentang bagaimana pengambilan data dalam tugas akhir.

Dengan terselesaikannya tugas akhir ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan masukan dan membantu penulis selama menjalankan kegiatan Tugas Akhir ini. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas rahmat dan hidayahNya yang tercurah, serta Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya.
2. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Rahmani Timorita Yulianti, Dr., Dra., M.Ag selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Ekonomi Islam UII
5. Ibu Soya Sobaya S.E. M.M selaku kepala program studi Ekonomi Islam UII
6. Bapak Yuli Andriansyah, SE, MSI selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis selama menjalankan Tugas Akhir.
7. Wisnu Manupraba selaku Manager SyarQ Cabang Yogyakarta

8. Mas Rizal selaku Kepala Bidang Informasi
9. Seluruh personel SyarQ yang sudah membantu saya dalam menjalankan Tugas Akhir.
10. Suami, Orangtua, Mertua dan keluarga saya yang memberikan doa dan juga dukungan dalam menyelesaikan seluruh rangkaian Tugas Akhir
11. Sahabat dan teman baik yang sudah membantu memberikan motivasi, dorongan dan nasihat serta arahan dalam menyelesaikan seluruh rangkaian Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini mengingat keterbatasan yang penulis miliki. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk dijadikan sebagai masukan kepada penulis. Dan penulis juga banyak berharap bahwa Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagai referensi tambahan untuk bidang keilmuan Ekonomi Islam.

Yogyakarta, 17 Desember 2019

Tri Yuniati

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	8
TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	10
A. Telaah Pustaka/Literature Review.....	10
B. Landasan Teori.....	16
1. Financial Technology Sharia.....	16
2. SyarQ.....	18
3. Cicilan Online Syariah.....	19

4. Minat.....	21
5. Persepsi Manfaat	21
6. Sikap	23
7. Persepsi Kemudahan Penggunaan	23
8. Norma Subjektif	24
9. Persepsi Perilaku Kontrol.....	24
10. TAM	24
11. TPB.....	25
C. Kerangka Berfikir.....	27
D. Hipotesis	29
METODE PENELITIAN	36
A. Metode Penelitian.....	36
1. Jenis Penelitian	36
2. Subyek dan Objek Penelitian	36
3. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	36
4. Variabel Penelitian	36
5. Instrumen Penelitian	38
6. Sampel Penelitian	39
7. Teknik Analisis Data	40
BAB IV	45
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Profil Bisnis SyarQ.....	45
1. Sejarah Perusahaan.....	45
2. Visi dan Misi	46
3. Layanan SyarQ.....	46
4. Keunggulan Teknologi	47
5. Struktur Organisasi.....	47
B. Karakteristik Responden.....	47
C. Analisis Deskriptif.....	51
a) Persepsi Manfaat	51

b)	Persepsi Kemudahan Penggunaan	52
c)	Norma Subjektif	52
d)	Persepsi Kontrol Perilaku.....	53
e)	Sikap Pengguna	54
f)	Minat Menggunakan SyarQ	55
D.	Analisis PLS	56
a.	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	57
b.	Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	61
E.	Pengujian Hipotesis	69
F.	Pembahasan Hipotesis	70
a.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP) terhadap Sikap (S) penggunaan layanan syarQ	70
b.	Pengaruh Persepsi Manfaat (PM) terhadap Sikap (S) penggunaan layanan SyarQ.....	70
c.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP) terhadap Persepsi Manfaat (PM) layanan syarQ	71
d.	Pengaruh Persepsi Manfaat (PM) terhadap Minat (M) menggunakan bentuk layanan lembaga SyarQ.....	72
e.	Pengaruh Norma Subjektif (NS) terhadap Persepsi Manfaat (PM) layanan syarQ	72
f.	Pengaruh Norma Subjektif (NS) terhadap Minat (M) menggunakan layanan SyarQ .	73
g.	Pengaruh Persepsi Perilaku Kontrol (PPK) terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP) layanan syarQ.....	74
h.	Pengaruh Persepsi Perilaku Kontrol (PPK) terhadap Minat (M) menggunakan SyarQ 75	
i.	Pengaruh Sikap penggunaan (S) terhadap Minat (M) pengguna layanan lembaga SyarQ.....	75
BAB V	77
KESIMPULAN DAN SARAN	77

DAFTAR TABEL

Table 1. Perkembangan Layanan SyarQ.....	4
Table 2. Perbandingan Penelitian Peneliti.....	13
Table 3. Definisi Variabel Penelitian.....	28
Table 4. Konstruk Variabel Laten.....	37
Table 5. Panduan Menentukan Ukuran Sampel Model SEM-PLS.....	39
Table 6. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	43
Table 7. Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Table 8. Hasil Uji Validitas Konvergen.....	58
Table 9. Hasil Uji Validitas Deskriminan.....	59
Table 10. Reliabilitas Konstruk.....	60
Table 11. Q ² Model PLS.....	61
Table 12. Model Fit.....	62
Table 13. Hasil Estimasi Model.....	63
Table 14. Perhitungan F2.....	67
Table 15. Nilai R Square.....	68
Table 16. Hasil Uji Hipotesis.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	81
Lampiran 2. Hasil SmartPLS Versi 3.0.....	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Kerangka Teoritis	28
Gambar 2. Jenis Kelamin Responden Pengguna Layanan SyarQ.....	48
Gambar 3. Tingkat Pendidikan Responden Pengguna Layanan SyarQ	49
Gambar 4. Usia Responden Pengguna Layanan SyarQ	50
Gambar 5. Pekerjaan Responden Pengguna Layanan SyarQ	50
Gambar 6. Rata- Rata Skor Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Manfaat.....	51
Gambar 7. Rata- Rata Skor Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	52
Gambar 8. Rata- Rata Skor Jawaban Responden Pada Variabel Norma Subjektif.....	53
Gambar 9. Rata-Rata Skor Jawaban Responden Pada Variabel Kontrol Perilaku Pengguna	54
Gambar 10. Rata-Rata Skor Jawaban Responden Pada Variabel Sikap	55
Gambar 11. Rata-Rata Skor Jawaban Responden Pada Variabel Minat	55
Gambar 12. Model PLS.....	56
Gambar 13. Hasil Estimasi Model PLS	57
Gambar 14. Hasil Estimasi Model PLS (Bootstrapping)	63



PEDOMAN TRANSLITERASI

KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 Th.1987

Nomor : 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB LATIN

Pendahuluan

Penelitian Transliterasi Arab latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama. Badan Litbang Agama. Yang pelaksanaanya di mulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu di bahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pemikiran para ahli agar dapat di jadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di pergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadist), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf Latin untuk menuliskan bahasanya. Karena Ketiadaan pedoman uang baku, yang dapat di pergunakan untuk umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara Nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah di bahas beberapa makalah yang disajikan oleh para Ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang

bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut di bahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab – Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan,M.A , 2) Ali Audah , 3) Prof.Gazali Dunai , 4) Prof.Dr.H.B.Jassin, dan 5) Drs. Sudarno,M.Ed.

Dalam pidato pengarahan Tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena :

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Pengetahuan Keislaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman Transliterasi Arab latin yang baku telah lama di dambakan karena sangat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak Semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama , khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama,dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama ,dan Instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan,sangat memerlukan pedoman yang baku tentang Transliterasi Arab latin yang dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda,Usaha penyeragamannya sudah pernah di coba,baik oleh instansi maupun perorangan,namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh,di pakai oleh seluruh umat islam di Indonesia. Oleh karena itu dalam usaha mencapai keseragaman,seminar menyepakati adanya pedoman Transliterasi Arab latin baku yang dikuatkan denagan suatu Surat

Keputusan Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk di gunakan secara Nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut :

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “ satu fenom satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab Latin

Hal-hal yang dirumuskan sacara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab Latin ini meliputi :

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda , dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ يَ ...	fathah dan ya	Ai	a dan i
◌َ وَ ...	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

ذُكِرَ	- zūkira
يَذْهَبُ	- yaẓhabu
سُئِلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
هَؤُلَاءِ	- haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا...ى...	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى...	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
وُ...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	- qāla
رَمَى	- ramā
قِيلَ	- qīla

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunkan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	- rauḍah al-aṭfāl
	-- rauḍatul aṭfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	- al-Madīnah al-Munawwarah
	-al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَةُ	- talḥah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama denganhuruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّانَا	- rabbanā
نَزَّلَ	- nazzala
الْبِرِّ	- al-birr
الْحَجِّ	- al-ḥajj

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ن namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditranslite-rasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah

Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
الْقَلَمُ	- al-qalamu
الْبَدِيعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئٌ	- syai'un
إِنَّ	- inna
أَمْرٌ	- umirtu
أَكَلَ	- akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan

dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ	Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīmul-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistaṭā’a ilaihi sabīla.

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwala baitin wuḍi’a linnāsi lallaḏī bibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramaḍān al-laḏī unzila fih al- Qur’ānu Syahru Ramaḍān al-laḏī unzila fihil Qur’ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ	Wa laqad ra’āhu bil-ufuq al-mubīn Wa laqad ra’āhu bil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdu lillāhi rabbil al-‘ālamīn

Alhamdu lillāhi rabbilil ‘ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعاً Lillāhi al-amru jamī’an

Lillāhil-amru jamī’an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ Wallāha bikulli syai’in ‘alīm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin banyaknya orang berpendidikan tinggi, semakin banyak juga terobosan usaha sesuai ahli bidangnya masing-masing yang sudah didapatkan atau dicita-citakan. Kemajuan teknologi semakin berkembang dengan adanya finansial teknologi yang diakibatkan adanya perkembangan teknologi saat ini. Orang semakin dimudahkan dengan sekali “klik” pada gadget untuk membayar ataupun menggunakan layanan jasa yang akhir-akhir ini sering diperbincangkan. Dari yang tadinya manual menggunakan uang cash, sekarang dapat sekali klik menggunakan gadget dengan layanan non tunai. Dari hasil survey APJII tahun 2017 penetrasi pengguna internet semakin meningkat dari tahun sebelumnya. Terdapat 54,68% perempuan atau laki-laki dengan jumlah 143,26 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 262 juta orang. Karakter orang yang memimpin dalam penggunaan internet berada di masyarakat perkotaan dan kebanyakan kaum lelaki dalam menggunakan internet. Jadi, keuangan dengan sistem non tunai, sekarang mampu menggeser pembayaran menggunakan uang cash tunai yang selaras dengan Gerakan Non Tunai dan sudah dimulai pelaksanaannya pada 14 Agustus 2014.

Istilah Startup sudah lahir sejak tahun 90an dengan semakin berkembangnya sebuah teknologi pada *e-commerce* masa kini yang menyebabkan semakin banyaknya juga pedagang online dengan memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut. Bisnis online atau *e-commerce* yang diartikan dengan sederhana yaitu proses jual beli, menukar produk, jasa maupun informasi melalui jaringan internet. (Purkon, 2014). Dengan bisnis startup yang semakin banyak bermunculan, mulai dari berdagang reseller fashion ataupun penjualan layanan jasa lainnya dengan menggunakan teknologi, maka semakin memudahkan juga para *customer* tanpa ribet membeli barang atau layanan jasa yang dibutuhkan dan yang digunakan oleh setiap individu. Perdagangan maupun pemasaran yang menggunakan internet

ternyata telah meniadakan aktivitas jual beli tradisional tatap muka antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi. (Jusmaliani, 2008) Karena internet telah menciptakan suatu peradaban baru yaitu ekonomi baru yang sudah mengubah persepsi kita terhadap bisnis yang tradisional. (Timothy, 2010)

Trend startup sekarang ini mempunyai peluang sangat signifikan apabila inovatif yang diunggulkan dan berpotensi maka akan terus berkembang dari masa ke masa. Dari prediksi riset google, ekonomi digital Indonesia pada tahun 2025 akan mencapai US\$ 100 miliar atau sekitar Rp. 1.453 triliun menggunakan layanan pembayaran fintech. Dengan diterimanya pembayaran digital dari berbagai merchant offline. (Aria, 2018) Bekerja dari memanfaatkan permasalahan, kemudian menemukan ide terobosan yang berpotensi maka startup berpengaruh besar pada sebagian komunitas masyarakat umum maupun ceo atau founder startup. Walaupun banyak sekali kendala dalam merintis usaha startup, apabila founder startup mampu melewatinya maka akan lebih berkembang lagi usaha startup tersebut. Halnya seperti perjuangan rintisan bisnis startup yang sudah masuk pada bisnis unicorn dari berbagai dunia. Membangun bisnis startup merupakan tantangan yang membutuhkan passion. Banyak para pebisnis yang langsung terjatuh saat mereka memulainya. Ada beberapa menjelaskan dengan kreativitas, pengalaman, dan keberanian, tetapi banyak juga yang tidak memakai tersebut. (Uzzaman, 2015)

Bisnis startup merupakan usaha bisnis yang baru dimulai tetapi dalam bidang teknologi dan informasi dengan menggunakan internet. Biasanya bisnis jenis tersebut dapat berupa aplikasi pengembangan, perdagangan, pembayaran, dan jasa ataupun yang lainnya. Perusahaan rintisan ini juga masih sangat muda dalam beroperasi dan dalam fase perkembangan juga penelitian untuk menemukan pasar yang cocok dalam usaha rintisan yang dibangun. Walaupun masih dalam tahap perkembangan ini, Indonesia masuk pada urutan keempat dalam pertumbuhan startup digital yang terus meningkat setiap tahunnya. Sebagai contoh produk startup lokal sekarang ini yang mana sudah booming seperti Go-jek dan Bukalapak. Dan menurut Asosiasi Fintech Indonesia, dari 140 pemain fintech, ada 78% yang berfokus pada sektor pembayaran.

Permasalahan pada usaha rintisan ini adalah bagaimana para founder menawarkan solusi dari usaha rintisan yang dibuat dan akan memberikan dampak yang bisa atau bahkan menjadi solusi yang luar biasa dan banyak dibutuhkan yang membuat ketergantungan. Karena banyaknya founder yang ingin memulai startup ini, berawal dari mengambil solusi untuk masyarakat sekitar kemudian mengembangkan dan terus berinovasi. Memajukan negara sendiri dengan berawal dari permasalahan yang dibutuhkan masyarakat dan memunculkan ide usaha rintisan berbasis teknologi yang membawa peluang besar maka akan mengangkat perekonomian Indonesia.

Merintis bisnis usaha startup fintech juga harus berlandaskan pemikiran syariat islam sebagai umat islam yang paham akan adanya hal yang halal dan haram untuk dilakukan dalam sebuah transaksi atau dalam kegiatan apapun. Selain mencari keridhoan Alloh SWT, memulai kegiatan apapun harus sesuai anjuran syariat islam pelaksanaannya. Seperti larangan riba, maka umat islam dianjurkan untuk menjauhi segala bentuk kecurangan riba. Sebenarnya, apapun yang diperintahkan itu segala bentuk kebaikan yang sudah diatur oleh Alloh SWT untuk para hambaNya. Dan landasan utama adanya transaksi murabahah (jual beli dengan cicilan pada lembaga bank syariah) adalah berasal dari Surah Al-Baqarah ayat 275, yang artinya *“Dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”*.

SyarQ muncul sebagai platform cicilan online syariah tanpa kartu kredit pada tahun 2017. Untuk syarQ sendiri menggunakan akad murabahah sebagai akad jual beli pada barang yang di minta oleh konsumen atau nasabah. Berawal dari permasalahan yang muncul pada karyawan perusahaan, karena karyawan tersebut kesusahan untuk membeli cash langsung alat kebutuhan mendesak seperti handphone atau sejenisnya karena keterbatasan uang yang dimiliki, maka beberapa orang berfikirian untuk mencicil kebutuhan mendesak tersebut. Pembayaran murabahah ini juga dapat dilakukan secara tunai ataupun cicilan dan diperkenankan perbedaan harga pada cara pembayaran yang berbeda. Ada dua ciri untuk penyerahan di awal atau penyerahan diakhir barang permintaan konsumen atau nasabah tersebut. (Karim, 2004). Dalam konsep margin yang diterapkan

SyarQ ini, margin keuntungan diperoleh dari barang yang sudah dibeli SyarQ kemudian untuk dijual kepada nasabah atau konsumen dengan sistem cicilan. (Alifa, 2017)

SyarQ juga membawakan visi bahwa harta yang beredar bukan hanya untuk kalangan orang yang kaya, tetapi untuk masyarakat umum atau menengah kebawah dan sedang berkebutuhan kemudian membutuhkan jasa cicilan maka syarQ sebagai wadah yang tepat dalam permasalahan pada masyarakat perekonomian menengah kebawah dan umum. Anti riba tanpa kartu kredit dan mengandalkan fintech syariah, syarQ terus berkembang karena memiliki peluang yang baik. Dengan vasilitasnya berupa cicilan tanpa riba, sangat cocok untuk diterapkan terus pada kehidupan masyarakat. Hidup dengan penuh riba, untuk masyarakat menengah kebawah juga akan sakit pada bagian keuangan pribadi ataupun keluarga nantinya.

Walaupun memiliki banyak peluang, hal yang harus diperhatikan oleh syarQ pun banyak, misalkan masyarakat umum agar tidak asing lagi pada lembaga SyarQ sebagai wadah untuk penyaluran solusi masalah cicilan dalam bentuk online syariah. SyarQ disini juga bekerjasama dengan BMT yang memiliki nasabah aktif dalam hal berwirausaha atau nasabah pasif yang hanya mengandalkan dari uang gaji setiap bulannya. Berdasarkan data perkembangan layanan SyarQ dari mulai berdiri sampai tahun 2019 sekarang, sebagai berikut :

Table 1. Perkembangan Layanan SyarQ

Tahun	Total Perkembangan Layanan SyarQ
2017	<ul style="list-style-type: none"> - Disbursement/Uang Keluar = 882,829,617 - Total Cicilan = 261 Cicilan - Area Layanan = Bandung
2018	<ul style="list-style-type: none"> - Disbursement/ Uang keluar = 979,525,346 - Total Cicilan = 370 Cicilan - Area Layanan = Bandung

	<ul style="list-style-type: none"> - Anggota Dari Asosiasi Fintech Syariah Indonesia - Membuka Skema Keagenan - Bekerjasama Dengan 1 Lembaga Keuangan Syariah
2019	<ul style="list-style-type: none"> - Disbursement / Uang Keluar = 1,881,216,714 - Total Cicilan = 563 Cicilan - Area Layanan = Jakarta, Bekasi, Bandung Raya, Cileungsi, balikpapan, Purwokerto & Yogyakarta - Akad di SyarQ Tervalidasi Erwandi Tarmidzi Associette (ETA) - Melayani Cicilan Mobil & Motor - Bekerjasama Dengan 3 Lembaga Keuangan Syariah

SyarQ yang berpusat di Bandung, sudah memiliki beberapa cabang khususnya di Yogyakarta. Cabang syarQ yang berada di Yogyakarta tergolong masih sangat minim karena nasabah yang memakai layanan syarQ masih dibawah 50 orang. Walaupun begitu, syarQ harus semakin mengembangkan pemasarannya terkait hal ini. Melakukan beberapa tambahan kerjasama dengan BMT atau kegiatan lainnya yang mengarah pada fintech syariah pada masa sekarang ini yang akan terus berkembang. Dan terus mengembangkan kemajuan bisnis startup yang sudah di rintis oleh syarQ. Munculnya syarQ, berawal dari tim yang kehilangan smartphone yang kemudian mengajukan permohonan ke perusahaan, tetapi belum ada kebijakan dari perusahaan yaitu PT. Javan Cipta Solusi untuk memberikan cicilan.

Dari beberapa uraian diatas yang menjelaskan perkembangan bisnis startup di Indonesia dan dalam bidang fintech syariah dapat menerapkan bisnis startup. Adanya peluang yang menggunakan cicilan pada sebagian masyarakat, maka berpotensi juga untuk startup SyarQ sebagai platform cicilan online syariah pertama di Indonesia. Sekian banyaknya pendiri startup. Tetap mengembangkan usaha bisnis yang dibangun, itu yang selalu diterapkan para ceo maupun founder agar usaha rintisannya tetap berkelanjutan dan memenuhi tujuan awal bisnis.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **”FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN TERHADAP *FINANCIAL TECHNOLOGY* SYARIAH SYARQ SEBAGAI PLATFORM CICILAN ONLINE SYARIAH”**.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan penelitian yaitu:

1. Bagaimana pengaruh pada persepsi kemudahan penggunaan konsumen terhadap sikap penggunaan layanan SyarQ?
2. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap konsumen layanan SyarQ?
3. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat layanan SyarQ?
4. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat untuk menggunakan layanan SyarQ?
5. Bagaimana pengaruh norma subjektif konsumen terhadap persepsi manfaat layanan SyarQ?
6. Bagaimana pengaruh norma subjektif terhadap minat menggunakan layanan SyarQ?
7. Bagaimana pengaruh persepsi perilaku kontrol terhadap persepsi kemudahan penggunaan layanan SyarQ?
8. Bagaimana pengaruh dari persepsi perilaku kontrol terhadap minat untuk menggunakan layanan SyarQ?
9. Bagaimana pengaruh sikap penggunaan layanan SyarQ terhadap minat untuk menggunakan layanan SyarQ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis dan mengetahui kesimpulan yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan layanan SyarQ.
2. Menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan layanan SyarQ.
3. Menganalisis dan mengetahui kesimpulan yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat layanan SyarQ.
4. Menganalisis dan mengetahui kesimpulan yang mempengaruhi persepsi manfaat terhadap minat menggunakan layanan SyarQ.
5. Menganalisis dan mengetahui kesimpulan yang mempengaruhi norma subjektif terhadap persepsi manfaat layanan SyarQ.
6. Menganalisis dan mengetahui kesimpulan yang mempengaruhi norma subjektif terhadap minat untuk menggunakan layanan SyarQ.
7. Menganalisis dan mengetahui kesimpulan yang mempengaruhi persepsi perilaku kontrol terhadap persepsi kemudahan dalam penggunaan layanan SyarQ.
8. Menganalisis dan mengetahui kesimpulan yang mempengaruhi pada persepsi perilaku kontrol terhadap minat untuk menggunakan layanan SyarQ.
9. Menganalisis dan mengetahui kesimpulan yang mempengaruhi pada sikap pengguna terhadap minat untuk menggunakan layanan SyarQ.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam mengembangkan atau merubah yang sudah ditetapkan dan juga sebagai bahan referensi memajukan usahanya bagi perusahaan. Mengetahui faktor yang mempengaruhi minat konsumen sebagai pengguna SyarQ di Yogyakarta.

2. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pustaka di bidang bisnis islam bagi mahasiswa dan dapat menambah referensi untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi penulis

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan penulis tentang menganalisa faktor pengaruh minat konsumen sebagai pengguna fintech syariah SyarQ, serta menerapkan ilmu yang diperoleh dibangku kuliah.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan proposal skripsi ini terdiri dari tiga bab, bab satu hingga bab tiga saling berkaitan dengan tujuan untuk mempermudah pembaca dalam membaca dan memahami laporan ini sebagai berikut:

Bab pertama berisi tentang pendahuluan, di dalamnya berisikan latar belakang, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

Bab kedua berisi tentang telaah pustaka dan pengembangan hipotesis untuk memperjelas perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilaksanakan sebelumnya.

Bab ketiga berisi tentang metode penelitian yang berisikan jenis penelitian, subyek dan objek penelitian, waktu dan lokasi penelitian, variabel penelitian, instrumen penelitian, sampel penelitian, dan teknik analisis data.

Bab keempat merupakan analisis terhadap hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini dipaparkan gambaran secara umum tentang hasil analisis.

Bab kelima adalah penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan jawaban singkat atas pokok masalah dari penelitian yang dilakukan yaitu terkait minat konsumen terhadap fintech syariah SyarQ sebagai platform cicilan online syariah. Sedangkan sarannya adalah sebagai bahan yang digunakan dalam pertimbangan oleh pihak yang terkait.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka/Literature Review

Dalam melakukan penelitian ini terdapat penelitian yang terkait untuk dijadikan sebagai rujukan, berikut ini penelitian hasil penelusuran mengenai studi terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan;

Pertama, jurnal yang ditulis oleh Siti Amalia, (2018) dengan judul “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology (Fintech) Syariah (Paytren) Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran (Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Planned Behavior (TPB)). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan eksploratif dengan menyebarkan kuesioner online menggunakan google form kepada komunitas atau pengguna layanan Paytren. Hasil penelitian ini bahwa minat dalam menggunakan aplikasi Paytren sebagai alat transaksi pembayaran dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan sikap. Dan banyaknya minat konsumen beranggapan pada manfaat yang didapat dari aplikasi Paytren berupa sedekah, penyelesaian transaksi yang lebih cepat, keuntungan yang didapat yaitu diskon yang dapat mempengaruhi sikap konsumen. Dalam penelitian ini juga terdapat kesamaan dalam faktor yang mempengaruhi minat individu terhadap fintech syariah, sedangkan perbedaannya terletak pada subyek yang digunakan yaitu Lembaga SyarQ dengan menggunakan metode TAM dan TPB.

Kedua, jurnal dengan penulis Aulia (2018) yang berjudul “ Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay”. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif yang menyebarkan kuesioner sebanyak 220 secara online melalui google form. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa kenyamanan dan kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kegunaan maupun kemudahan, untuk keamanan dan privasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kegunaan maupun kemudahan, kepercayaan dan kualitas koneksi internet

hanya berpengaruh signifikan terhadap penggunaan di layanan Go-pay. Pada kemudahan juga berpengaruh signifikan terhadap kegunaan. Untuk variable penggunaan layanan Go-Pay berpengaruh signifikan terhadap net benefit. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan pada faktor - faktor yang berpengaruh dengan menggunakan metode TAM, sedangkan perbedaannya pada subyek yaitu pada Lembaga SyarQ dengan menggunakan metode TAM dan TPB.

Ketiga, jurnal yang ditulis oleh Isyair (2018) dengan judul “ Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Lembaga Financial Technology (Studi Kasus Pada Lembaga SyarQ)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan SmartPLS 3.0. Dan hasil dari penelitian tersebut indikator pengukuran kualitas layanan berpengaruh signifikan hanya indikator daya tanggap, sedangkan ketiga indikator pengukuran layanan kualitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah karena terdapat beberapa kendala dalam mengakses website dan ketentuan SOP yang masih bias berubah-ubah. Dalam penelitian ini ada beberapa kesamaan objek dan subyek fintech.

Keempat, jurnal yang ditulis oleh Arlina (2019) dengan judul “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus : Pengguna Telkomsel Cash (T-Cash) Di Regional Jawa Tengah-DIY). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan model pengukuran (Outer model) dan model structural (inner model) dengan aplikasi SmartPLS. Sampel yang didapatkan sebanyak 200 responden dengan menggunakan metode purposive sampling. Jenis data yaitu data primer dengan kuesioner online. Dan hasil yang didapat bahwa variable ekspektasi usaha, kondisi pendukung, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan T-Cash sedangkan pada ekspektasi kinerja, pengaruh social berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap penggunaan T-Cash dan kondisi pendukung dan minat penggunaan berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap perilaku penggunaan T-cash. Kesamaan dengan penelitian terdahulu ini dalam subjeknya.

Kelima, jurnal yang ditulis oleh Hamidah (2017) dengan judul “ Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Transaksi Penggunaan Paytren Pada PT. Verita Sentosa Internasional”. Penelitian ini menggunakan metode desain kausal dengan teknik pengambilan sampel yaitu teknik purposive sampling melalui kuesioner sebanyak 200 sampel. Dalam metode analisis data yang digunakan yaitu Structural Equation Modeling (SEM) dengan aplikasi AMOS. Hasil dari analisis adanya pengaruh signifikan pada persepsi resiko dengan kepercayaan. Kepercayaan juga berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dan berpengaruh terhadap minat untuk bertransaksi. Persepsi resiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan aplikasi paytren. Dalam penelitian ini ada beberapa kesamaan analisis pengaruh terhadap minat penggunaan.

Keenam, jurnal yang ditulis oleh Hari (2019) dengan judul “ Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Menggunakan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kompatibilitas Terhadap Intensi Menggunakan Layanan Mobile Payment Di Indonesia”. Penelitian ini menggunakan data sebanyak 639 responden pengguna layanan mobile payment di beberapa kota di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta dan Surabaya. Peneliti juga menggunakan metode TAM dan menggunakan metode SEM dengan aplikasi SmartPLS. Hasilnya, berpengaruh signifikan antara TAM, persepsi keamanan, persepsi kompatibilitas, sikap dan intensi karena perkembangan fintech ini merubah konsumtif individu terhadap barang ataupun jasa. Ada kesamaan beberapa dalam penelitian ini pada metode TAM kemudian fintech, sedangkan perbedaannya pada objek yang diteliti.

Ketujuh, jurnal yang ditulis oleh Ahmad (2016) dengan judul “ Minat Penggunaan Produk E-Money Di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta (Analisis Faktor Pengaruh berdasarkan Perspektif TAM dan TPB)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan eksploratif. Untuk pengujian hipotesisnya menggunakan metode SEM dan menggunakan aplikasi SmartPLS. Hasilnya, bahwa minat perilaku penggunaan produk e-money dipengaruhi oleh

sikap terhadap penggunaan teknologi dan kontrol perilaku persepsian. Dalam penelitian ini ada beberapa kesamaan yaitu pada metode TAM dan TPB serta faktor yang mempengaruhi minat pengguna pada teknologi yang digunakan, sedangkan perbedaannya adalah objeknya.

Kedelapan, jurnal yang ditulis oleh Uswatun (2018) dengan judul “Analisis Consumer Behaviour Pengguna Aplikasi YAP Di Bank BNI Syariah KC Yogyakarta : Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode purposive sampling dan dibagikan kepada nasabah Bank BNI syariah KC Yogyakarta yang menggunakan aplikasi YAP. Data yang diperoleh sebanyak 47 responden dengan menggunakan analisis hitung aplikasi SPSS 2.0. Hasilnya, bahwa persepsi kemanfaatan dan persepsi kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi YAP. Dalam penelitian ini ada beberapa kesamaan yaitu pada model pendekatan dan analisa pengguna, sedangkan perbedaannya terletak pada subyek consumer behavior dan aplikasi pada bank tersebut.

Table 2. Perbandingan Penelitian Peneliti

Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Peneliti

No	Penulis	Metode	Hasil
1	Amalia, (2018)	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dan eksploratif dengan menggunakan Partial LeastSquare Structural Equation Modeling (PLS – SEM) dan integrasi teori TAM dan TPB sebanyak 199 sampel.	Hasil yang dimiliki adalah konsumen memiliki persepsi manfaat yang di dapat dalam penggunaan produk Paytren berupa sedekah, transaksi lebih cepat, dan mendapatkan diskon yang dapat mempengaruhi sikap konsumen.

2	Aulia, (2018)	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan metode analisa path analysis dengan program SmartPLS yang disebar sebanyak 220 kuesioner	Hasil menunjukkan pengaruhnya terhadap penggunaan dan manfaat pada layanan Go-pay dalam perkembangan Fintech penelitian ini penting bagi akademisi untuk memahami lebih lanjut tentang tanggapan masyarakat.
3	Isyafir, (2018)	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan teknik analisis data SmartPLS 3.0 dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah di Lembaga SyarQ	Hasil menunjukkan pengaruh kualitas layanan lembaga SyarQ terhadap kepuasan nasabah dan menganalisis seberapa besar pengaruhnya dari setiap variable bebas terhadap variable terikat kepuasan nasabah.
4	Arlina, (2019)	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif menggunakan aplikasi PLS dengan model pengukuran dan model structural.	Hasil menunjukkan untuk memberikan bukti empiris pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh social, kondisi pendukung, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, minat penggunaan, perilaku penggunaan terhadap minat pengguna T- Cash.
5	Hamidah, (2017)	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah	Hasil menunjukkan untuk menganalisis pengaruh

		<p>kuantitatif dengan startegi survey dan eksperimental. Metode analisis data menggunakan SEM atau Structural Equation Modeling pada program AMOS dengan menguji hubungan antara variable.</p>	<p>adanya persepsi resiko dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi dalam penggunaan aplikasi Paytren.</p>
6	Hari, (2019)	<p>Metode yang digunakan penelitian ini adalah menggunakan data primer dan peneliti mengkonseptualisasikan TAM sebagai konsep yang multidimensional yang terdiri dari persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi kompatibilitas, dan sikap serta menguji dampaknya pada intensi konsumsi menggunakan layanan mobile payment.</p>	<p>Hasil menunjukkan untuk analisis bahwa perilaku individu dalam menerima dan mengadopsi suatu teknologi bergantung pada intensi pengguna terhadap teknologi.</p>
7	Ahmad, (2016)	<p>Metode yang digunakan penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dan eksploratif dengan metode SEM.</p>	<p>Hasil menunjukkan bahwa analisis factor yang mempengaruhi minat penggunaan produk e-money pada mahasiswa Yogyakarta disimpulkan bahwa control</p>

			persepsi perilaku memiliki pengaruh paling besar terhadap minat perilaku menggunakan teknologi.
8	Uswatun, (2018)	Metode yang digunakan penelitian ini adalah kuantitatif dan data yang dikumpulkan dengan metode purposive sampling, 47 kuesioner yang didapatkan kemudian dianalisis dengan aplikasi SPSS 2.0	Hasil menunjukkan bahwa analisis penelitian mengetahui dampak dari persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi YAP nasabah Bank BNI syariah di Yogyakarta.

B. Landasan Teori

1. Financial Technology Sharia

Teknologi akan maju terus seiring dengan majunya zaman. Kecerdasan juga berimbang dengan majunya teknologi yang berkembang. Syariah dengan aturan dan aturannya menjadi prinsip dasar dari produk dalam keuangan islam. Pada akad persyaratannya juga selalu tertulis dan dilandasi oleh fiqh muammalah. Seiring dengan kemajuan zaman, keuangan islam juga mengikuti perkembangan zaman ini seperti merubah transaksi tradisional menjadi transaksi modern menggunakan *e-money*. Karena sistem manual sudah mengambil banyak waktu dan terbilang mahal dibandingkan dengan sistem modern saat ini. Semakin memudahkan, menyingkat waktu, efisiensi, dan memiliki potensi yang signifikan. Adanya revolusi teknologi ini, perkembangan pada jasa keuangan yang paling signifikan pada era globalisasi ini. Semua serba otomatis, meningkatkan daya ketahanan, dan efisiensi yang sering menawarkan cara terbaru pada fintech. Fintech ini serba menawarkan produknya dengan berbagai kemajuan dan berbagai produk terbaru. Sebagai pemakai juga harus memanfaatkan sebagai tujuan untuk

memajukan ekonomi dan sosial karena potensi yang dibawakan memiliki dampak sosial yang besar.

Jumlah platform yang banyak bermunculan dengan dasar islam tergolong masih sangat kecil. Tetapi, beberapa kemunculan startup pada tiga atau empat tahun terakhir ini sudah menunjukkan kinerja yang berkualitas dan juga dapat diterima oleh pangsa pasar islam. Pendanaan islam menjadi bagian utama dari Negara fintech islam. Beberapa yang sudah berjalan dan sudah diakui syariah, institusi juga merangkul mobile dan internet banking yang pada sektor ini dipercaya akan menawarkan peluang kuat untuk mengembangkan industri. Fintech islam merupakan penggabungan antara kemajuan teknologi yang diterapkan pada keuangan syariah kemudian pada setiap produk ataupun jasa yang dihasilkan dari fintech harus juga bersandar pada Alquran dan Hadis. Sebagai fintech syariah, kegiatan yang terlibat juga melibatkan model bisnis untuk promosi, lingkup pengguna. Fintech juga akan mengakses lebih besar menuju layanan keuangan islam yang lebih murah, mudah dan efisien sebagai wadah pembiayaan, pembayaran, dan investasi yang dimaksudkan pada hukum islam (Maqasid Al-Syariah). Keuangan islam dengan keuangan konvensional dalam prakteknya tidak ada bedanya, yang tergantung pada transfer resiko dan penggeseran resiko dari si peminjam kepada peminjam.

Kunci pengembangan pada keuangan islam dalam ekonomi digital saat ini adalah inovasi. Fintech islam penting bagi keuangan islam untuk menjaga tumbuh kembang pasar dari berbagai kegagalan dan mempertahankan syariah yang ketat untuk kepentingan industri. Hambatan juga dirasakan pada proses pengadopsian fintech islam pada lembaga keuangan islam. Faktor utamanya adalah regulasi dari lingkungan yang terus berkembang. Keterbatasan regulasi dan keprihatinan juga akan menghambat proses lembaga keuangan islam untuk terus maju. Fintech juga memiliki biaya yang signifikan. Adapun rintangan yang dihadapi fintech islam adalah dapat berani dan gigih yang diteguhkan karena dunia islam membutuhkan kaum muda yang memiliki sifat untuk mengembangkan upaya kewirausahaan

yang dapat mengatasi tantangan yang akan dihadapi dimasa depan kemudian. (Ali, 2019)

Sekumpulan teknologi dengan aplikasinya yang menggunakan proses bisnis dengan menghubungkan antara perusahaan, konsumen, dan juga masyarakat melalui sebuah transaksi elektronik kemudian pertukarannya juga melalui elektronik seperti dalam bentuk layanan jasa, informasi, dan bentuk barang yang disebut sebagai *e-commerce*. *E-commerce* ini yang dibangun oleh teknologi informasi untuk memanfaatkan sebuah bisnis. (Giap, 2011). Model bisnis *e-commerce* dikatakan masih modern apabila diterapkan pada prinsip islam. Dalam praktiknya, akan dikatakan melanggar apabila sistem yang dianut oleh pelaku bisnis tersebut. Ada beberapa hal penting yang berhubungan dengan transaksi atau perdagangan menurut syariat islam yaitu, nilai tukar jelas, adil, adanya pasar terbuka, dan investasi qiradh. Segala bentuk bisnis yang ada dimasa lampau khususnya investasi qiradh pun apabila di aplikasikan sesuai dengan aturan syariat islam maka akan dilihat dengan perdagangan atau bisnis yang sesuai dengan syariat islam dan menghasilkan manfaat untuk meningkatnya kekayaan dengan landasan ridha Allah SWT. Pada dasarnya, jual beli itu diperbolehkan, apabila unsurnya jelas dan bermanfaat kebaikan. Fintech syariah yang berlandaskan syariah ini juga bermanfaat untuk kemaslahatan bersama umat islam seiring dengan berkembangnya zaman. Konsep usaha atau berdagang juga untuk mengambil yang halal dan thayyib. Halal dengan cara perolehannya, ataupun halal dengan cara penggunaannya. Karena sesungguhnya halal dan haram sudah jelas (Jusmaliani, 2008).

2. SyarQ

SyarQ adalah platform cicilan online syariah yang mengaplikasikan dengan akad murabahah sesuai dengan aturan syariat islam. Cicilan halal dengan tanpa riba dan tanpa denda ini melayani di daerah Jakarta, Bekasi, Bandung Raya, Cileungsi, Balikpapan, Purwokerto dan Yogyakarta. Cara kerja syarQ mulai dari mendaftar sampai mengajukan cicilan juga melalui beberapa tahapan dengan proses yang selektif sesuai data pendaftaran yang diajukan oleh nasabah atau

konsumen yang berminat. Syarat dan ketentuan yang diterapkan oleh SyarQ salah satunya adalah tidak melayani peminjaman uang, tetapi syarQ hanya melayani nasabah atau konsumen yang berkebutuhan seperti membeli alat elektronik yang budgetnya belum mencukupi untuk langsung membayarkan. Para nasabah atau konsumen yang berminat otomatis dapat terbantu dengan fasilitas cicilan syariah ini. Layanan syarQ ini dapat mencicil barang dari berbagai toko online yang ada tanpa adanya kartu kredit. SyarQ sebagai wadah solusi yang berbeda dengan fasilitas cicilan lain yang berbasis bunga, karena syarQ menerapkannya dengan akad murabahah sebagai akad jual beli berbasis syariat islam. Murabahah adalah suatu perjanjian atau akad jual beli yang dalam transaksinya adalah penjual membeli barang sesuai kebutuhan pembeli dan menjualkan kepada pembeli yang bersangkutan, antara harga perolehan ditambahkan dengan keuntungan sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Perbedaan layanan SyarQ dengan pembiayaan lain dan kartu kredit adalah syarQ tidak berdasarkan bunga, tidak ada denda, persyaratan mudah, dan bebas dari ongkos kirim sesuai dengan syarat dan ketentuan. Pengguna layanan syarQ diharapkan mempunyai email dan statusnya juga sebagai nasabah, kemudian limit dari kredit atau limit nasabah perbulannya. SyarQ mengacu pada AAOIFI Shariah Standards dan Fatwa Dewan Syariah MUI tentang Murabahah. Harga cicilan di syarQ juga lebih mahal daripada harga dipasar karena syarQ juga mengambil keuntungan, tetapi barang yang sudah disepakati dibeli oleh nasabah itu sudah menjadi milik SyarQ sebelumnya atau dibeli oleh syarQ. SyarQ juga menggunakan dua akad selama proses jual beli yaitu dengan Wa'ad (akad pemesanan) dan Akad Murabahah (akad antara SyarQ dan pembeli menyepakati harga jual beli barang dengan durasi cicilan dan besaran cicilannya).

3. Cicilan Online Syariah

Cicilan merupakan sebuah sistem pembayaran yang dilakukan secara berangsur sesuai akad kemudian barang akan diserahkan di awal atau akhir sesuai perjanjian membeli kebutuhan barang. Dengan syarat, adanya praktik jual beli murabahah. Bentuk akad jual beli yang sudah dibahas oleh para ulama dalam fiqh

muammalah itu sudah banyak dibahas. Dengan kemajuan zaman digital sekarang ini, praktik jual beli sudah banyak yang menggunakan sistem secara online. Mulai dari pembayaran atau pembelian secara online. Contohnya cicilan online syariah ini, yang di pakai pada akad praktik Lembaga SyarQ dalam alur kerjanya. Sebagai lembaga platform cicilan online syariah, syarQ menjadi bisnis startup yang muncul dengan pengaruh yang signifikan karena beberapa kemungkinan berkebutuhan dengan pembayaran secara dicicil. Pembayaran murabahah ini dapat dilakukan secara tunai ataupun cicilan. Murabahah juga diperkenankan dengan perbedaan harga apabila cara pembayarannya berbeda. (Karim, 2004). Strata keuangan setiap individu berbeda, dari kelas bawah sampai menengah keatas. Praktik cicilan online ini didesain sesuai kebutuhan dan kemampuan para nasabah atau konsumen yang dirasa untuk kelas menengah kebawah. Kelas tersebut biasanya berkebutuhan mendesak tetapi pemasukan tidak memungkinkan untuk membayar cash langsung nominal barang yang dibutuhkan dengan harga yang selaras dengan gaji ataupun melebihi gaji perbulan.

Dalam pernyataan Standar Akuntansi keuangan Nomor 59 tentang Akuntansi Perbankan Syariah, karakteristik murabahah tentang pembyarannya diangsur atau dicicil maka porsi pokok pada keuntungan dilakukan dengan merata atau tetap dalam jangka waktu cicilan atau angsuran. Apabila nasabah atau konsumen melakukan pembayarannya lebih kecil dari sesuai kewajibannya membayar, maka pendapatan untuk perhitungan distribusi hasil usaha dilakukan secara proporsional atau juga sebanding dengan porsi keuntungan yang terdapat dalam angsuran. Dalam keputusan Menteri Keuangan Nomor 1251/KMK.013/1988 tentang pembiayaan konsumen yang didalam kegiatannya melakukan jual beli murabahah dengan mengadakan barang untuk konsumen melalui sistem pembayaran angsuran atau dicicil oleh konsumen. Sistem pada pembiayaan konsumen tersebut dilakukan secaa angsuran, maka biasanya dilakukan perbulan dan ditagih langsung kepada konsumennya. (Wiroso, 2005)

Dari Suhaib ar-Rumi r.a bahwa Rasulullah SAW. bersabda, “Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah

(mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual.”(HR. Ibnu Majah). Tujuan dari Murabahah kepada pemesan pembelian ini berakar pada alasan ingin mencari pengalaman karena mendesak dan mencari pembiayaan untuk mencari pengadaan asset atau modal kerja. (Antonio, 2001)

4. Minat

Minat adalah bentuk kesenangan dari dalam diri untuk kemudian melakukan sebuah kegiatan. Minat dalam memanfaatkan sebuah teknologi, sejalan dengan cara perusahaan untuk merencanakan dan menyusun teknologi informasi agar mencapai tujuan manfaat secara potensial dan efektif. Teknologi informasi juga menerapkan yang sesuai dengan strategi dalam bisnis. Ajzen (1991) dan Taylor (1995) menyatakan bahwa dalam minat berperilaku untuk menunjukkan suatu keputusan maka seseorang akan melakukan atau tidak melakukan suatu bentuk perilaku tertentu. Dalam konsep minat berperilaku dapat dinyatakan bahwa dengan adanya motivasi konsumen yang terlibat berperilaku kemudian diterjemahkan oleh sikap yang akan mempengaruhi perilaku konsumen tersebut. (Fishbein A. I., 1975)

5. Persepsi Manfaat

Persepsi mempunyai peranan cukup penting bagi hasrat konsumen untuk memakai produk ataupun jasa. Persepsi membentuk gambaran dasar sesuai harapan konsumen dari pemenuhan pencapaian yang diinginkannya. Persepsi konsumen dari produk yang mempunyai teknologi terkini pun menjadikan titik awal minat memakai yang konsumen tersebut miliki, salah satu penerimaan yang paling berpengaruh adalah tanggapan atas faedah atau kegunaan (*perceived of usefulness*) jika konsumen menggunakan barang terkait. Tanggapan manfaat ini membentuk tingkatan anggapan seseorang kepada subyek tetap yang dapat mempermudah dan menjalankan pekerjaan yang mereka lakukan dengan cepat sehingga dapat meningkatkan penampilan pekerjaannya dan hasil pencapaian kerja orang yang terlibat. (Candraditya, 2013)

Sedangkan Rahmatsyah (2011) dalam pengolahannya menafsirkan tanggapan kemanfaatan sebagai kemungkinan subyektif dari orang yang menggunakan dan berpotensi yang akan menggunakan suatu penerapan tertentu untuk menjadikan lebih mudah dalam kinerja atas kewajibannya. Kemampuan kerja yang dipermudah ini mampu menghasilkan faedah yang lebih baik dari sisi fisik maupun non fisik, begitu juga hasil yang diperoleh hendak lebih cepat dan beserta perolehan yang lebih memberi bandingan dengan tidak memakai produk dengan teknologi terobosan baru tersebut.

Besumber pada definisi tersebut kemudian ditarik uraian apabila seorang konsumen atau calon konsumen hendak mengambil manfaatnya suatu produk baru yang mempunyai teknologi terobosan baru dapat ditimbulkan oleh tingkat keyakinan seseorang yang disebutkan terhadap produk yang terlibat. Konsumen yakin bahwa teknologi tersebut mampu membantunya dalam menyudahkan kewajiban secara lebih mendatangkan, cepat, dan membuat pekerjaan yang teratur. Davis (1989) menunjukkan suatu gambaran ide mengenai faedah sistem untuk orang yang memakainya bersangkutan dengan daya produksi (*productivity*), sesuatu yang dicapai pada tugas atau keefektifan (*job performance* atau *effectiveness*), utamanya bagi kegiatan yang dilaksanakan (*important to job*), dan faedah yang diperoleh secara menyeluruh (*overall usefulness*). Sehingga satu barang jadi yang dipengaruhi sebab pengetahuan teknologi dapat disebabkan bermanfaat jika dapat mempermudah pekerjaan, menggandakan produktifitas yang mampu dilakukan, dan mampu meningkatkan keefektifan pekerjaan. Faedah ini mampu diketahui oleh keyakinan pengguna untuk memakai TI tersebut supaya diperoleh hasil yang signifikan.

Dalam tanggapan manfaat dan minat untuk memakai, menyebutkan bahwa tanggapan manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mengambil manfaatnya dari konsumen akan tetapi tidak dengan cara yang signifikan. Tanggapan atas manfaat yang akan didapatkan setelah memakai produk hendak berdampak kepada minat konsumen untuk memakai produk yang diharapkan. Rahmatsyah (2011) dalam penyelidikannya menyebutkan bahwa tanggapan

manfaat (*perceived of usefulness*) mempunyai pengaruh yang paling penting dalam minat konsumen untuk memakai (*intention to use*).

6. Sikap

Sikap adalah pendapat positif atau kurang baik yang diperoleh ketika seseorang memakai teknologi terobosan baru. Dan ketika seseorang mempunyai sikap baik yang lebih mulia terhadap pemakaian teknologi terobosan baru, niat perilaku tidak mutlak lebih mulia. (H-K, 2016) Sebuah tindakan mencerminkan pendapat suka atau tidak suka akan ditunjukkan individu melalui sebuah sikap mereka (Fishbein M. , 1963), keadaan ini menampakkan bahwa sebuah sikap memuai seiring waktu saat orang memperoleh pengalaman. Dalam memakai sebuah layanan teknologi terobosan baru, keyakinan dalam penggunaan layanan mampu ditunjukkan melewati bagaimana tanggapan kegunaan maupun tanggapan kemudahan dalam pemakaian. Jika sebuah teknologi terobosan awal dirasa hendak mendatangkan bagi pemakainya maka pendapat positif yang diterbitkan juga makin lebar.

7. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Davis (1989) memberikan pengertian tentang persepsi perihal mudahnya penggunaan (*perceived ease of use*) menjadikan suatu kelas keyakinan seseorang mengetahui bahwa komputer akan dengan mudah dimengerti. Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM), PEOU atau *perceived ease of use* menjadikan sebuah penentu awal yang berpengaruh terhadap sambutan teknologi sudah pasti (Davis, 1989). PEOU dijelaskan sebagai kekuatan daya fisik dan fikiran yang pengguna akan harapkan untuk menyambut ketika menentukan penggunaan sebuah teknologi yakni sejauh mana metode teknologi tetap akan terbebas dari usaha atau kesusahan (Davis, 1989). Masalah ini bisa diuraikan bahwa metode yang gampang digunakan kerap membutuhkan beberapa usaha sejak pemakai dan dengan begitu akan meningkatkan perihal yang mungkin di adopsi dan pemakaian teknologi tetap.

8. Norma Subjektif

Norma subjektif adalah aturan perasaan dari dugaan seseorang terhadap mimpi atau harapan dari orang yang hadir dalam kehidupannya mengenai dilakukan atau tidak dilakukan perilaku tertentu. Ajzen (1988) juga mendefinisikan bahwa norma subjektif dikatakan sebagai persepsi seseorang mengenai tekanan sosial untuk melakukan perilaku. Norma subjektif mengacu pada penilaian subjektif individu mengenai preferensi orang lain dan dukungan (*support*) atas bentuk perilaku.

9. Persepsi Perilaku Kontrol

Pengendalian atas perilaku dari hal metode teknologi informasi ini diartikan oleh Taylor dan Todd (1995) sama halnya dengan persepsi dan model internal dan menyangkut bagian luar dari perilaku. Pengendalian ini menggambarkan pengalaman masa terdahulu dan membuat perhitungan penghalang yang akan ada. Apalagi dalam menarik perilaku dan menariknya aturan pandangan orang lain terhadap sikap atau perilaku serta semakin luas pengendalian perilaku maka akan lebih kuat keinginan seseorang selama melakukan sikap yang akan ditakarkan.

10. TAM

Technology Acceptance Model (TAM) Fred Davis menjelaskan yaitu anggapan sebuah teknologi akan dibentangkan oleh pemakai sebuah teknologi. Teori TAM ini mulai beberapa sistem yang diselidiki dan pahami faktor yang berpengaruh akan diperoleh pada sebuah pemakaian teknologi terobosan baru dan terdaftar dalam mempunyai kesamaan bacaan dan referensi sejak hasil penelitian teknologi informasi yaitu TRA dan TPB. Sistem pendekatan TAM ini diluaskan oleh Davis (1989) dikarenakan meningkatnya penggunaan untuk riset sebuah teknologi informasi. Menurut Igbaria (1994) model TAM selain tidak berlebihan dan gampang untuk dipakai. Mengenai berbagai riset yang sudah dialami, bahwa TAM bisa secara istiqomah untuk menjelaskan tahap yang sifatnya sungguh dalam kebutuhan oleh pemakai teknologi serta perilaku. Pencapaian dari model TAM yaitu untuk menguraikan faktor-faktor yang melampaui batas dari perilaku pemakai teknologi informasi kepada penerimaan pendapat sebuah teknologi

informasi. Pola TAM juga mampu mempengaruhi disambut atau ditolaknya sebuah teknologi informasi oleh para pemakai. (Lucyanda, 2010).

Terdapat 2 faktor yang dapat mempengaruhi TAM mulai untuk memanfaatkan sebuah teknologi yaitu dengan adanya tanggapan manfaat teknologi dan tanggapan mudahnya menggunakan teknologi informasi. Dalam tanggapan kemudahan dipengaruhi dengan yang paling dasar adalah pada diterimanya sebuah teknologi. Tanggapan mudahnya pemakaian berdasarkan dalam kedudukan mana seseorang yakin pada sebuah teknologi akan gampang untuk dipergunakan. Pada step penyamarataan, TAM dipandang bahwa yakin itu akan memiliki kegunaan dan tidak bermanfaatnya dalam satu hasil menjadi faktor penentu dasar dari pengambilan keputusan yang hendak digunakan pada hasil tersebut. Model TAM menurut Davis (1989) menggunakan beberapa indikator yaitu : tujuan perilaku, perilaku aktual, variable eksternal, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan sikap terhadap penggunaan.

Tujuan dari model penerimaan ini adalah menjelaskan faktor penentunya model TAM secara umum dan menjelaskan perilaku bagi pemakai akhir teknologi informasi dengan berbagai macam yang luas dan sejumlah orang pengguna. Sesuainya suatu model dari suatu prediksi dengan penjelasan sehingga dapat diketahui diterima atau ditolak. Kunci dari tujuan model TAM adalah untuk mengetahui bentuk sikap, niat dan kepercayaan internal akan tidaknya memiliki pengaruh dari faktor eksternal. Teori penerimaan model ini diatur untuk mencapai goals dengan cara mengetahui variable pokok dari penelitian sebelumnya, terhadap teori dan faktor penentu dari model TAM dan menggunakan model TRA untuk melatarbelakangi teori yang menghubungkan model antar variable. (Siregar, 2011)

11. TPB

Teori Perilaku Berencana (Theory of Planned Behavior/ TPB) merupakan suatu gambaran pengembangan teori dari penelitian terdahulu mengenai Teori Tindakan yang Beralasan (Theori of Reasoned Action/ TRA). TPB atau *Theory of Planned Behavior* dikembangkan oleh Ajzen (1985) yang terfokus pada faktor-

faktor yang menentukan perilaku terbaru individu atau model perbaikan dari model TRA. TPB merupakan perluasan dari model TRA yang merupakan maksud individu dalam melakukan suatu perilaku. Maksud tersebut sendiri merupakan kemampuan untuk menangkap factor motivasional yang mempengaruhi suatu perilaku untuk menunjukkan seberapa kuat keinginan seseorang untuk mencoba dan seberapa banyak usaha yang dirancang untuk mengaplikasikan dari usaha tersebut. Model TPB dalam teori ini keinginan perilaku terdiri dari sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. (Lucyanda, 2010)

Terdapat beberapa letak perbedaan yang utama antara sistem TPB dengan TAM adalah; ada jenis tambahan, TAM tidak mendetail dalam menerangkan faktor sosial tapi TPB sungguh merincikan, TPB dan TAM mengendalikan perilaku juga mempunyai cara yang berlainan. (Siregar, 2011) Menurut Robbins (2006), terdapat 3 unsur dari sikap, yaitu: 1) unsur kognitif (perilaku yang mengacu pada kepercayaan baik dan tidak baik); 2) unsur afektif (perilaku yang membentuk perasaan seseorang kepada objek, contohnya benci atau tidak benci); dan 3) unsur perilaku (perilaku yang mendasar pada tujuan untuk bersikap dalam rumus tertentu kepada seseorang atau suatu barang). Meski, menurut Ajzen (2006) perilaku merupakan perihalan dari keadaan sebuah perilaku. Beranggapan dengan keadaan 2 unsur yang saling bersangkutan, yaitu: kepercayaan tentang akibat perilaku dan penilaian tidak baik atau positif terhadap masing-masing kemampuan dari keadaan perilaku.

Icek Ajzen membentangkan teori TPB ini pada tahun 1988. Ajzen (1988) membubuhkan suatu unsur yang belum terdapat dalam TRA, yaitu Pengendalian Perilaku yang beranggapan (*Perceived Behavioral Control/ PBC*). Hal nya unsur ini yang dibubuhkan dalam TPB dilakukan supaya dapat mengendalikan perilaku individual yang di garis oleh keadaan kekurangan dan kesempatan dari kurangnya bahan yang dipakai untuk mengadakan tanggapannya (Jogiyanto, 2007). Maksud Chau dan Hu (1999) bahwa PBC dibubuhkan dalam usaha untuk memaklumi adanya kesempatan yang dipunyai satu individu dalam kerangka mengerjakan suatu tanggapan tertentu. Artinya Teori Perilaku yang Dikonsepkan (TPB)

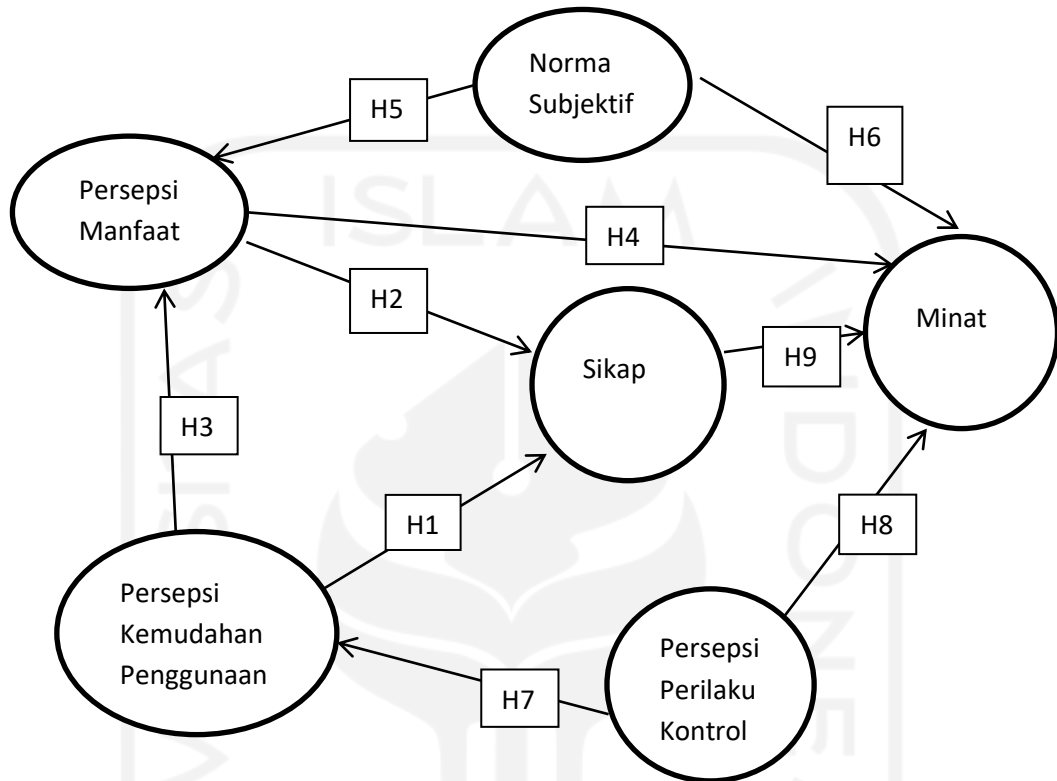
merupakan bentuk pelebaran teori dari Teori Tindakan Beralasan (TRA). Dugaan dalam TRA dan TPB yaitu individu yang logis dalam memutuskan suatu perbuatan seseorang dan dilibatkan dari keadaan tindakan tersebut (dalam mengambil suatu hasil) (2004).

Makna teori TPB atau *Theory of Planned Behaviour*, ditemukan 3 macam pendapat yang membimbing manusia, yaitu: 1) kepercayaan tentang perihai dari akibat adanya perilaku (kepercayaan perilaku), dimana pada kepercayaan ini akan membuat sikap kepada perilaku yang bagus dan tidak bagus; 2) kepercayaan tentang kepercayaan berpegang teguh pada orang lain (kepercayaan normatif), pilihan pada kepercayaan ini akan membuahkan hasil desakan sosial yang berbentuk ras/ norma subjektif; dan 3) kepercayaan tentang keadaan faktor yang bisa memfasilitasi atau menahan kinerja dari reaksi (kepercayaan pengendalian), yang hendak membuahkan hasil pengendalian dari perilaku yang dialami. Ketiga hal terkemuka yang hendak membentuk niat (*intention*). Secara menyeluruh, kian bertambah baik sikap dan aturan subjektif dan semakin luas pengendali yang dialami, maka hendak bertambah kuat niat seseorang sudah melakukan sebuah perilaku yang dituju. (Ajzen, 2006)

Secara merata, bertambahnya kebaikan sikap dan aturan subjektif, dan bertambah besarnya pengendalian yang dialami, maka akan bertambah kuat niat (*intention*) individu untuk mengerjakan perilaku yang dituju.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini adalah tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan SyarQ. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : Sikap, minat individu dalam menggunakan aplikasi SyarQ, persepsi kemudahan dalam penggunaan, persepsi manfaat, persepsi kontrol perilaku, dan norma subyektif.

Gambar 1. Model Kerangka Teoritis**Model Kerangka Teoritis**

Adapun definisi dari setiap variabel- variable dalam model di atas adalah sebagai berikut :

Table 3. Definisi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Sumber
Persepsi Manfaat	Sejauh mana seseorang percaya untuk menggunakan suatu teknologi baru akan meningkatkan daya kinerja pekerjaan.	Sugiyono, 2008
Persepsi Kemudahan Penggunaan	Sejauh mana seseorang akan percaya untuk menggunakan suatu teknologi baru akan bebas dari suatu bentuk usaha.	Sugiyono, 2008
Sikap	Bentuk perasaan positif ataupun negative dari seseorang yang orang akan lakukan dari perilaku yang ditentukan.	Davis, 1989 Sugiyono, 2008 Ajzen, 1991

	Memberikan pandangan individu dari perbuatannya dan dinilai setuju atau tidak setuju untuk melakukan sebuah perilaku	
Norma Subyektif	Persepsi seseorang terhadap kepercayaan dari orang lain akan mempengaruhi niat atau minat untuk melakukan atau tidak dari perilaku yang sedang di pertimbangkan.	Sugiyono, 2008
Persepsi Perilaku Kontrol	Bentuk keyakinan ada atau tidaknya factor control atau kesempatan dan sumber daya yang dapat memfasilitasi juga menghambat perilaku. Kemudahan serta kesulitan persepsi untuk melakukan sebuah perilaku.	Ajzen, 1991 Sugiyono, 2008
Minat	Suatu keinginan dalam bentuk niat atau minat seseorang untuk melakukan sebuah perilaku tertentu.	Sugiyono, 2008

D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variable-variabel dalam penelitian, serta merupakan pernyataan yang paling spesifik. Peneliti bukannya bertahan kepada hipotesis yang telah disusun, melainkan mengumpulkan data untuk mendukung atau justru menolak hipotesis tersebut. Dengan kata lain, hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti, yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan. Hipotesis juga berupa pernyataan mengenai konsep yang dapat dinilai benar atau salah jika menunjuk pada suatu fenomena yang diamati dan diuji secara empiris. Fungsi dari hipotesis adalah sebagai pedoman untuk dapat mengarahkan penelitian agar sesuai dengan apa yang kita harapkan. (Kuncoro, 2013)

Studi-studi eksploratif kebanyakan juga digunakan sebagai sumber inspirasi hipotesis yang akan dibangun, tetapi karena tempatnya dilapangan, maka

kurang menjadi kebiasaan orang menggunakannya secara baik. Pemanfaatan sumber hipotesis dari bahan eksplorasi akan lebih baik apabila peneliti tidak hanya mengandalkan hasil eksplorasi teoritis yang dibuat oleh orang lain dan pada waktu yang berlainan pula. Yang paling bermanfaat adalah apabila peneliti melakukan mapping teori dan menunjukkan posisi penelitiannya erada diposisi yang mana kemudian membangun hipotesis berdasarkan hasil mapping teori itu. Hal inilah kemudian digunakan untuk menjawab problem empiric dalam penelitian. (Bungin, Metodologi Penelitian Kuantitatif, 2010)

TAM dan TPB digunakan sebagai model baseline yang menyajikan sebuah model konseptual untuk menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan layanan cicilan melalui SyarQ. Lebih lanjut, hipotesis atas minat individu untuk menggunakan SyarQ banyak ditentukan oleh keyakinan TAM (Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan persepsi manfaat kegunaan) dan sikap terhadap layanan SyarQ, sedangkan untuk melengkapi model TAM digunakan konstruksi lainnya adalah dengan model TPB normatif dan kontrol keyakinan (norma subyektif dan kontrol perilaku).

a) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use) Terhadap Sikap (Attitude)

Pada konstruk TAM, Davis et al mengidentifikasikan dua keyakinan sikap yaitu manfaat dan kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use) mengacu pada sejauh mana konsumen percaya bahwa usaha tidak akan diperlukan untuk menggunakan system. Penelitian Rahmatsyah memberi contoh, penggunaan uang elektronik sebagai pengganti uang kartal sebagai alat pembayaran dalam berbelanja akan mudah digunakan jika tidak ada upaya yang diperlukan untuk menggunakannya dan juga mudah untuk mempelajari bagaimana cara menggunakannya.

Menurut fishbein & Ajzen sikap telah mencerminkan perasaan setuju atau tidak setuju individu terhadap melakukan suatu prilaku. Sedangkan menurut Mathieson sikap didefinisikan sebagai evaluasi pemakai tentang ketertarikannya

menggunakan sebuah system. Menurut Sugiyono persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) mempengaruhi sikap (*Attitude*). Oleh karena itu hipotesis pertama yang akan diuji kebenarannya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1: Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh positif terhadap sikap (*attitude*) pengguna layanan SyarQ

b) Pengaruh Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) terhadap Sikap (*Attitude*)

Menurut Davis, et, al. manfaat suatu system akan dianggap oleh konsumen jika penggunaan system dapat meningkatkan kinerja. Misalnya masyarakat yang menggunakan SyarQ akan melihat manfaat SyarQ memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi pembayaran secara cicilan maka akan lebih meringankan pengguna yang berkebutuhan tetapi kurang untuk dananya dan hanya dapat membayarnya secara cicilan. Menurut Rahmatsyah, jika fokus kepada layanan uang elektronik, sikap lebih mengacu pada bagaimana penggunaan uang elektronik dapat memberikan dampak positif atau negative apabila digunakan sebagai alat pembayaran secara cicilan dengan akad konvensional dan berbunga lebih yang tergolong riba.

Penelitian yang dilakukan oleh rahmatsyah (2011) menunjukkan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh positif signifikan terhadap sikap (*Attitude*). Oleh karena itu hipotesis kedua yang akan diuji kebenarannya dalam penelitian ini adalah:

H2: Persepsi manfaat (*Perceived Of Usefulness*) berpengaruh positif terhadap sikap (*Attitude*) pengguna layanan SyarQ

c) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) Berpengaruh Terhadap Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana konsumen percaya bahwa usaha tidak akan diperlukan untuk menggunakan system. Menurut

Davis et, al., manfaat suatu sistem akan dianggap oleh konsumen jika penggunaan system dapat meningkatkan kinerja.

Davis et, al menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi persepsi manfaat, karena kesederhanaan sebuah system bisa meningkatkan performa dan teknologi bisa dirasakan lebih bermanfaat jika lebih mudah digunakan. Persepsi manfaat (*perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) keduanya mempunyai pengaruh ke niat perilaku (*behavioral Intention*)

H3: Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*).

d) Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness) terhadap Minat Perilaku Menggunakan SyarQ (Intention to Use)

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Konsep ini menggambarkan manfaat sistem bagi penggunanya terkait dengan produktivitas, kinerja tugas, efektivitas, pentingnya suatu tugas, dan kegunaan secara keseluruhan (*overall usefulness*). Menurut Khac (2012), persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang dalam menggunakan teknologi, dalam hal ini yaitu mobile banking. Beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Khac (2012), Maharsi & Mulyadi (2007), Abadi et al. (2012), Luarn & Lin (2004), dan Kim & Kang (2012) mendapatkan hasil yang sama, yaitu persepsi kegunaan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat, maka dari itu peneliti menguji konstruk tersebut dengan rumusan hipotesis, yaitu:

H4: Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat (*intention*) individu dalam penggunaan layanan SyarQ.

Pada penelitian ini kemudahan penggunaan diasumsikan mempengaruhi manfaat penggunaan yang kemudian manfaat penggunaan juga dianggap

mempengaruhi secara langsung terhadap niat untuk menggunakan sebuah layanan SyarQ.

e) Pengaruh Norma Subyektif (Subjective Norm) terhadap Persepsi Manfaat

Menurut Sugiyono norma subyektif adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Misalnya seseorang percaya kepada teman bahwa dengan menggunakan SyarQ akan memudahkannya dalam membantu produktifitas individu walaupun kurangnya dana untuk membeli kebutuhan tersebut.

Keyakinan sikap dalam penggunaan layanan SyarQ bisa dianggap dipengaruhi oleh informasi yang mereka terima dari sosial dan lingkungannya. Menurut Vankatesh dan davis dalam Rahmatsyah mengidentifikasi bahwa norma subyektif sebagai pengaruh penting terhadap manfaat kegunaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Rahmatsyah menunjukkan bahwa norma subyektif memiliki pengaruh positif signifikan terhadap persepsi manfaat. Oleh karena itu hipotesis kelima yang akan diuji kebenarannya dalam penelitian ini sebagai berikut :

H5: Norma subyektif (*subjective norm*) berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat (*perceived usefulness*)

f) Pengaruh Norma Subjective (Subjective norm) terhadap Minat menggunakan E-payment PayTren (Intention to Use)

Menurut Rahmatsyah ketika sedikit pengalaman atau tidak dalam penggunaan suatu layanan, orang tersebut cenderung akan mengambil keputusan penggunaan layanan yang sangat dipengaruhi oleh kelompok rujukan seperti rekan atau anggota keluarga. Maka dari itu dalam penelitian ini mengasumsikan bahwa norma subjektif (*subjective norm*) memiliki pengaruh signifikan yang

positif terhadap minat (*behavioral intention to use*). Dan hipotesis yang akan diuji kebenarannya dalam penelitian ini adalah :

H6: Norma Subjective (subjective norm) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan SyarQ sebagai alat cicilan online secara syariah (*intention to use*)

g) Pengaruh persepsi kontrol prilaku (*perceived behavioral control*) terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*)

Persepsi kontrol prilaku (*perceived behavioral control*) adalah kemudahan atau kesulitan untuk melakukan sebuah prilaku. Kontrol prilaku yang merupakan persepsi masyarakat yaitu memiliki sumber daya (waktu dan uang) serta kemampuan (keterampilan) untuk menggunakan layanan SyarQ sebagai alat cicilan. Penggunaan perlu mempunyai sumber daya untuk bisa menggunakan layanan SyarQ dan juga memiliki keterampilan untuk mengelolanya.

Mathieson et al. mengembangkan model TAM menambahkan sejauh mana hubungan individu dalam menganggap dirinya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan teknologi, yang mana secara signifikan dapat mempengaruhi kemudahan dalam penggunaannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Rahmatsyah menunjukkan bahwa persepsi kontrol prilaku (*perceived behavioral control*) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Dengan begini hipotesis selanjutnya yang akan di uji dalam penelitian ini adalah :

H7: persepsi control prilaku (*perceived behavioral control*) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*)

h) Pengaruh Persepsi Kontrol Prilaku (Perceived Behavioral Control) terhadap minat prilaku dalam menggunakan layanan SyarQ (Behavioral intention to Use)

Teori TPB menyebutkan bahwa control prilaku seseorang akan menentukan minat penggunaan seperti yang terjadi pada norma subjective (*subjective norm*) dan sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward*

using). Maka dari itu dalam penelitian ini mengasumsikan persepsi control perilaku berpengaruh terhadap minat perilaku dalam menggunakan sebuah teknologi (*behavioral intention to use*). Sebagaimana menurut Sugiyono bahwa persepsi control perilaku (*perceived behavioral control*) mempunyai implikasi motivasional terhadap niat-niat.

H8: persepsi control perilaku (*perceived behavioral control*) berpengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku dalam menggunakan layanan SyarQ (*behavioral intention to use*)

i) Pengaruh sikap penggunaan (*attitude toward using*) terhadap minat menggunakan (*Intention to Use*) layanan SyarQ

Pada TAM dan TPB mengatakan bahwa sikap dapat memprediksi minat perilaku seseorang. Davis et.al. bahwa manfaat kegunaan sebuah produk merupakan komponen kognitif sedangkan sikap merupakan komponen aktif. Menurut sugiyono hasil dalam penelitian penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sikap (*attitude*) berpengaruh positif terhadap niat perilaku (*behavioral intention*). Maka dari itu hipotesis terakhir yang akan di uji kebenarannya dalam penelitian ini adalah:

H9: Sikap (*Attitude*) mempunyai pengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan (*Intention to Use*) layanan SyarQ.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penulisan penelitian ini membahas beberapa hal antara lain yaitu:

1. Jenis Penelitian

Sifat penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kuantitatif dan eksploratif untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi seorang konsumen menggunakan produk dari SyarQ dan mengombinasikan beberapa teori faktor ke dalam satu model. Jenis penelitian ini penelitian lapangan dengan menggunakan penyebaran kuesioner yang diperoleh secara langsung kepada para pengguna SyarQ.

2. Subyek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pengguna layanan SyarQ yang sudah terverifikasi di beberapa cabang SyarQ seperti di wilayah Bandung, Yogyakarta, Jakarta, Bekasi, dan Cileungsi. Objek penelitian yang digunakan adalah faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pengguna fintech syariah SyarQ.

3. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai pada bulan Juli. Untuk Waktunya sesuai buka jam kantor pada pukul 08.00-16.00 WIB. Lokasi kantor SyarQ di Perum Pamungkas B8 Yogyakarta.

4. Variabel Penelitian

Variable penelitian adalah faktor dari variabel yang beragam yaitu faktor-faktor yang dapat berubah atau dapat juga diubah dengan tujuan penelitian. (Bungin, Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya), 2010)

Variabel penelitian SEM menurut Wijayanto terdapat 2 variabel yaitu variabel laten dan variabel teramati. (Wijayanto, 2008) Variabel laten

adalah variabel yang tidak diukur langsung tapi diukur dahulu setiap indikator. Ada 2 jenis dalam variabel laten yaitu variabel laten endogen dan variabel laten eksogen. Variabel laten endogen yaitu untuk variable yang diduga sebagai akibat variable terikat yang sedikitnya satu persamaan dalam model dan dapat diprediksi pada variabel endogen lain. Indikator variable laten endogen ada Persepsi manfaat, Persepsi kemudahan penggunaan, dan Minat. Dan variable laten eksogen adalah variable penyebab atau variable bebas dengan model semua persamaan dengan indikatornya yaitu norma subjektif dan persepsi perilaku. (Ratmono, 2013)

Kemudian, variabel teramati yaitu variable yang dapat diukur dan teramati secara empiris berupa indikatornya. Ada 23 pertanyaan yang digunakan oleh peneliti yang diartikan bahwa ada 23 variabel yang teramati berdasarkan teori yang digunakan.

Table 4. Konstruk Variabel Laten

Variabel Laten Teramati	Indikator	Sumber Referensi
Persepsi Manfaat	PM 1: Rasa Aman Transaksi PM 2: Sesuai Pelayanan PM 3: Reputasi Yang Baik PM 4: Merasa Data Lebih Aman	Taylor and Todd (1995c); Mafe et.al (2009); Rigopolous dan Askounis (2007)
Persepsi Kemudahan Penggunaan	PKP 1: Mudah Untuk Digunakan PKP 2: Peningkat Pembayaran PKP 3: Kemudahan Untuk Dipahami PKP 4: Feedback Informasi	Rigopoulus dan Askounis (2007); Davis (1989)
Norma Subjektif	NS 1 : Rekan yang Menganjurkan NS2:Lingkungan yangMenganjurkan NS 3 : Keluarga yang Menganjurkan	Taylor&Todd(1995); Peslak, A., Ceccuci, W. Sendall P(2010); Shih, Y. and fang

		K.(2004)
Persepsi Perilaku Kontrol	PPK 1 : Kemampuan Menggunakan PPK 2 : Sumber Daya Menggunakan PPK 3 : Pengetahuan Menggunakan	Ajzen (1991); Shih Y. & Fang, K. (2004); Mafe et. Al (2009)
Sikap	S 1 : Diinginkan S 2 : Berguna S 3 : Bagus Untuk Digunakan S 4 : Menyenangkan S 5 : Tepat Waktu S 6 : Kompeten Dan Profesional	Taylor & Todd (1995); Peslak, A., Ceccuci, W. Sendall P (2010); Bhattcherejee, A. (2000)
Minat	M 1 : Berniat M 2 : Mencoba M 3 : Berencana	Taylor & Todd (1995); Peslak, A., Ceccuci, W. Sendall P (2010)

5. Instrumen Penelitian

Instrument merupakan alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengukuran. Cara ini dilakukan untuk memperoleh data yang objektif yang diperlukan untuk menghasilkan kesimpulan penelitian yang objektif pula. Objektivitas data hasil pengukuran dapat dicapai karena melalui pengukuran pengumpulan data dilakukan oleh alat ukur yang menutup kesempatan peneliti pengumpul data memasukkan subjektivitasnya. (Purwanto, 2008)

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode kuesioner online. Alat bantu yang digunakan pada penelitian ini dalam mengumpulkan data dengan kuesioner online menggunakan *google form* yang disebarakan melalui sosial media konsumen. Kuesioner menggunakan model pendekatan TAM dan TPB.

6. Sampel Penelitian

Dalam penelitian sosial, dikenal dengan hukum kemungkinan atau hukum probabilitas yaitu kesimpulan yang ditarik dari populasi dapat digeneralisasikan kepada seluruh populasi. Kesimpulan ini dapat dilakukan karena pengambilan sampel dimaksud adalah untuk mewakili seluruh populasi. Dari ide hukum kemungkinan ini, maka kemudian banyak penelitian menggunakan sampel. (Bungin, Metodologi Penelitian Kuantitatif, 2010) Sampel yang digunakan adalah pengguna layanan SyarQ yang berjumlah 100 nasabah yang sudah terverifikasi.

Peneliti juga harus mengetahui apakah data yang dimiliki memenuhi persyaratan data untuk model SEM-PLS. beberapa karakteristik yang perlu diperhatikan antara lain, masalah ukuran sampel, distribusi data, missing values, dan skala pengukuran. Peneliti, terutama harus memperhatikan masalah berapa banyak observasi yang tidak lengkap dalam datanya. Selain itu, pengukuran variable laten endogen juga sebaiknya tidak menggunakan skala nominal supaya model dapat diidentifikasi.

Namun demikian, panduan ini bersifat kasar sehingga Hair dkk. (2013) menyarankan peneliti juga menggunakan pendekatan Cohen (1992) yang mempertimbangkan statistical power dan effect size ketika menentukan minimum ukuran sampel. Misalnya pengguna layanan SyarQ 100 orang sampel. Maka jumlah anak panah yang mengenai konstruk 10 dengan signifikansi 10% dan R minimum 0,1

Table 5. Panduan Menentukan Ukuran Sampel Model SEM-PLS

<i>Maximum number of arrows pointing at a construct</i>	Significant level											
	1%				5%				10%			
	<i>Minimum R2</i>				<i>Minimum R2</i>				<i>Minimum R2</i>			
	0.10	0.20	0.50	0.75	0.10	0.20	0.50	0.75	0.10	0.20	0.50	0.75
2	158	75	47	38	110	52	33	26	88	41	26	21

3	176	84	53	42	124	59	38	30	100	48	30	25
4	191	91	58	46	137	65	42	33	111	53	34	27
5	205	98	62	50	147	70	45	36	120	58	37	30
6	217	103	66	53	157	75	48	39	128	62	40	32
7	228	109	69	56	166	80	51	41	136	66	42	35
8	238	114	73	59	174	84	54	44	143	69	45	37
9	247	119	76	62	181	88	57	46	150	73	47	39
10	256	123	79	64	189	91	59	48	156	76	49	41

7. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data SEM (*Structural Equation Modeling*). SEM adalah teknik statistik yang digunakan untuk membangun dan menguji model pada statistik, biasanya dalam bentuk model sebab akibat yang mempunyai bentuk karakteristik suatu model valid atau tidak untuk menemukan bahwa suatu model tersebut cocok atau tidak yang juga disebut dengan teknik analisis menegaskan. SEM juga merupakan suatu teknik modeling statistik yang bersifat cross sectional, linear atau dapat dinalar pada analisis faktor, analisis jalur, dan regresi.

Pengembangan model SEM tersebut menggunakan Model Pengukuran dan Model Struktural. Model Pengukuran menjelaskan hasil validitas konvergen dan validitas diskriminan. Model struktural juga menjelaskan hasil validitas prediktif. (Sarwono, 2007). Analisis PLS – SEM biasanya terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran atau sering disebut outer model dan model struktural atau sering disebut inner model. Model pengukuran menunjukkan bagaimana variable manifest atau observed variable merepresentasi variable laten untuk kemudian diukur. Sedangkan model struktural menunjukkan kekuatan estimasi antar variable laten atau konstruk. (Latan, 2015)

Pengujian hipotesis yang secara umum menggunakan penelitian eksploratif dengan aplikasi SmartPLS.

a. Pengukuran Kecocokan Model

PLS SEM tidak menggunakan kriteria kecocokan model global seperti pada SEM yang berbasis kovarian. Model pengukuran juga dapat dikatakan sebagai penghubung variable manifest atau indikator dengan variable latennya. Untuk realibilitas dapat digunakan Crombach's Alpha. Nilai ini mencerminkan reliabilitas semua indicator dalam model. Besaran nilai minimal ialah 0,7 sedang idealnya ialah 0,8 atau 0,9. Selain Crombach's Alpha digunakan nilai composite reliability yang diinterpretasikan sama dengan nilai Crombach's Alpha.

Setiap variable laten harus dapat menjelaskan varian indikator masing-masing setidaknya sebesar 50%. Oleh karena itu, korelasi absolut antara variable laten dan indikatornya harus $> 0,7$. Indikator reflektif sebaiknya dihilangkan dari model pengukuran jika mempunyai nilai loadings baku bagian luar di bawah 0,4.

1. Uji Validitas

Validitas adalah alat ukur untuk menunjukkan apakah alat ukur telah mampu mengukur sesuatu yang benar-benar akan diukur. Bila ternyata yang diukur sesuatu yang lain maka alat ukur tersebut menjadi tidak valid. Terdapat dua jenis validitas :

a). Validitas Konvergent

Validitas ini berhubungan dengan kemampuan instrument mengukur hal yang sama walaupun terpisah. (Hadi, 2006) Suatu indicator yang dikatakan sudah atau telah memenuhi kriteria validitas konvergent apabila nilai loadingnya lebih besar dari 0,70 (Ratmono, 2013)

b). Validitas Diskriminan

Validitas ini berhubungan dengan kemampuan memisahkan dua hal yang seharusnya terpisah, walaupun itu mirip. Akar kuadrat AVE lebih besar daripada korelasi antar konstruk dan loading indikator ke konstruk yang diukur lebih besar daripada loading ke konstruk lain (cross-loading rendah).

2. Uji Reliabilitas

Masalah reliabilitas dan validitas kadang dipertanyakan bila peneliti menggunakan data primer. Reliabilitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Sebuah alat ukur yang reliable adalah sebuah alat ukur yang menghasilkan nilai atau besaran yang sama. (Hadi, 2006) uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrument dalam mengukur konstruk. Dalam PLS – SEM dengan menggunakan program Smart PLS 3.0, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indicator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Crombachs Alpha* dan *Composite reliability* sering disebut *Dillon Godsteins*. Namun demikian penggunaan *Crombachs Alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah sehingga lebih disarankan untuk menggunakan *composite reliability* dalam menguji reliabilitas suatu konstruk. *Rule of thumb* yang biasanya digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk yaitu nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai 0,6 – 0,7 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory*. (Latan, 2015)

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum instrument penelitian ini disebar kepada seluruh responden, instrument juga terlebih dahulu untuk diuji coba kepada 30 responden. Hasil pengisian kuesioner yang di ambil 30 responden dalam uji coba ini selanjutnya untuk dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Pada uji validitas yang dilakukan dengan melihat nilai yaitu *corrected item – total correlation*, sedangkan uji reliabilitas yang dilakukan dengan melihat nilai pada *Crombachs Alpha*.

a. Uji Validitas

Uji validitas dengan menggunakan korelasi yaitu *corrected item – total correlation*, jika pada r hitung $>$ dari table dan nilai positif maka

point atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Namun apabila r hitung $<$ dari r table maka point atau pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid. Kemudian, jumlah sampel dalam uji coba instrumen yang di teliti ini adalah sebanyak 30 responden pengguna layanan Karena jumlah sampel yang di uji coba sebanyak 30 responden, maka nilai R tabel yang akan dibandingkan dengan nilai R hitung masing-masing item point adalah sebesar 0,361 (R table pada $n= 30$ dan taraf signifikan 0,05)

Table 6. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Interval Corrected item – total Correlation	R table	Validitas	Crombachs Alpha	Reliabilitas
PM	PM1	.452	0,361	Valid	0,933	Reliabel
	PM2	.754	0,361	Valid		
	PM3	.783	0,361	Valid		
	PM4	.631	0,361	Valid		
PKP	PKP1	.666	0,361	Valid	0,929	Reliabel
	PKP2	.807	0,361	Valid		
	PKP3	.700	0,361	Valid		
	PKP4	.525	0,361	Valid		
NS	NS1	.604	0,361	Valid	0,939	Reliabel
	NS2	.692	0,361	Valid		
	NS3	.663	0,361	Valid		
PPK	PPK1	.676	0,361	Valid	0,932	Reliabel
	PPK2	.647	0,361	Valid		
	PPK3	.494	0,361	Valid		
S	S1	.429	0,361	Valid	0,933	Reliabel
	S2	.604	0,361	Valid		
	S3	.670	0,361	Valid		
	S4	.772	0,361	Valid		
	S5	.574	0,361	Valid		
	S6	.614	0,361	Valid		

M	M1	.715	0,361	Valid	0,933	Reliabel
	M2	.662	0,361	Valid		
	M3	.662	0,361	Valid		

Berdasarkan dari hasil uji validitas nilai R hitung diatas seluruh item > dari nilai R tabel yang menunjukkan bahwa dalam seluruh item tersebut valid untuk mengukur variabel penelitian.

Dan dalam uji reliabilitas yang dengan nilai crombachs alpha menghasilkan semua konstruk sangat baik yaitu > dari 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator konstruk adalah reliabel atau memenuhi uji reliabilitas. (Latan, 2015)

Table 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Crombachs Alpha	Reliabel
PM	Total_X1	0,933	Reliabel
PKP	Total_X2	0,929	Reliabel
NS	Total_X3	0,939	Reliabel
PPK	Total_X4	0,932	Reliabel
S	Total_X5	0,933	Reliabel
M	Total_Y1	0,933	Reliabel

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Profil Bisnis SyarQ

1. Sejarah Perusahaan

Berawal dari ide yang terfikirkan dan adanya dukungan lahirnya ekonomi dengan syariat islam. Identik dengan anti riba, semangat untuk membangun semakin hari semakin tinggi semangat untuk Islam rahmatan lil'alamin. Masyarakat umum banyak merasakan akan dampak yang sudah ditimbulkan dari adanya riba dalam bentuk keuangan. Banyaknya fasilitas cicilan yang masuk ke lingkungan masyarakat umum dan menerapkan sistem bunga atau riba dan masyarakat masuk kedalam kolam riba tersebut.

Mulai didirikan pada Maret tahun 2017 di Kota Bandung dengan layanan cicilan untuk para pegawai perusahaan PT. Javan dan berkembang sampai saat ini menjadi layanan cicilan umum di daerah Jakarta, Cileungsi, Bekasi, Bandung, Yogyakarta, Purwokerto, dan Balikpapan. SyarQ merupakan sebuah platform yang menyediakan layanan pembelian barang secara online yang dapat diakses melalui internet atau aplikasi software dengan sistem pembayaran Murabahah (Cicilan) tanpa riba, tanpa denda, adil dan transparan sesuai ketentuan syariah.

Akad murabahah merupakan sebuah akad transaksi jual beli barang dengan ketentuan harga awal barang ditambah dengan keuntungan yang disepakati antara pihak pemberi pinjaman dan pihak yang menerima pinjaman. Tugas layanan syarq sebagai perantara yang menawarkan jasa cicilan online bagi umumnya masyarakat dan khususnya bagi karyawan yang ingin membeli sebuah produk atau menawarkan kerjasama investasi. Menurut OJK, pemberi pinjaman pada startup layanan simpan pinjam berbasis teknologi dan informasi dapat dilakukan oleh perorangan dan oleh kelompok baik warga asli Indonesia atau warga Negara asing. Akad

murabahah adalah investor yang bertindak sebagai pemilik dana atau shahibul mal dan SyarQ sebagai pihak pengelola yang disebut mudharib yang mana ketentuan hasil keuntungan kerjasama dibagi sesuai nisbah yang telah disepakatkan sebelumnya.

2. Visi dan Misi

Berikut ini merupakan Visi dan Nilai Perusahaan SyarQ sebagai berikut :

a. Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan yang bias menciptakan solusi umat secara syar'i melalui pendekatan teknologi.

b. Nilai Perusahaan

“Mukmin yang kuat lebih baik dan lebih dicintai oleh Allah daripada mukmin yang lemah. Namun, keduanya tetap memiliki kebaikan. Bersemangatlal atas hal-hal yang bermanfaat bagimu. Minta tolonglah pada Allah, jangan engkau lemah. Jika engkau tertimpa suatu musibah, maka janganlah engkau katakana : “Seandainya aku lakukan demikian dan demikian. Akan tetapi hendaklah kau katakana ; Ini sudah jadi takdir Allah. Setiap apa yang telah Dia kehendaki pasti terjadi. Karena perkataan seandainya dapat membuka pintu syaiton.” (HR. Muslim)

3. Layanan SyarQ

b. Murabahah (Tunai & Cicilan)

- Layanan pembelian barang apapun secara online dengan akad syar' i.
- Pembayaran bias secara tunai dan cicilan, untuk barang konsumtif sampai produktif.

b. Ijarah (Payment Gateway)

- Layanan pembelian dan pembayaran kebutuhan sehari-hari sampai ibadah.
- Seperti pembayaran layanan umroh, pembelian hewan qurban sampai pembayaran ZISWAF.

c. Event & Knowledge

- Layanan informasi dan edukasi fiqh muammalah secara gratis dan komprehensif.
- Kegiatan kajian ilmu sampai aktivitas komunitas #pejuangsyar' i

4. Keunggulan Teknologi

a. Moslem User Acquisition

- Kemudahan akses di desktop dan smartphone
- Kemudahan registrasi sampai bertransaksi
- Keamanan data dan privasi pengguna

b. Online Scoring for Moslem Society

- Kemudahan penilaian psikologi nasabah secara online
- Kecepatan penentuan plafond dalam 1 hari tanpa kunjungan lapangan.

c. Syar'i purchasing dan E-Collecting

- Kemudahan belanja dari marketplace online besar manapun di Indonesia.
- Kemudahan serah terima dan penagihan yang sesuai syar'i

5. Struktur Organisasi

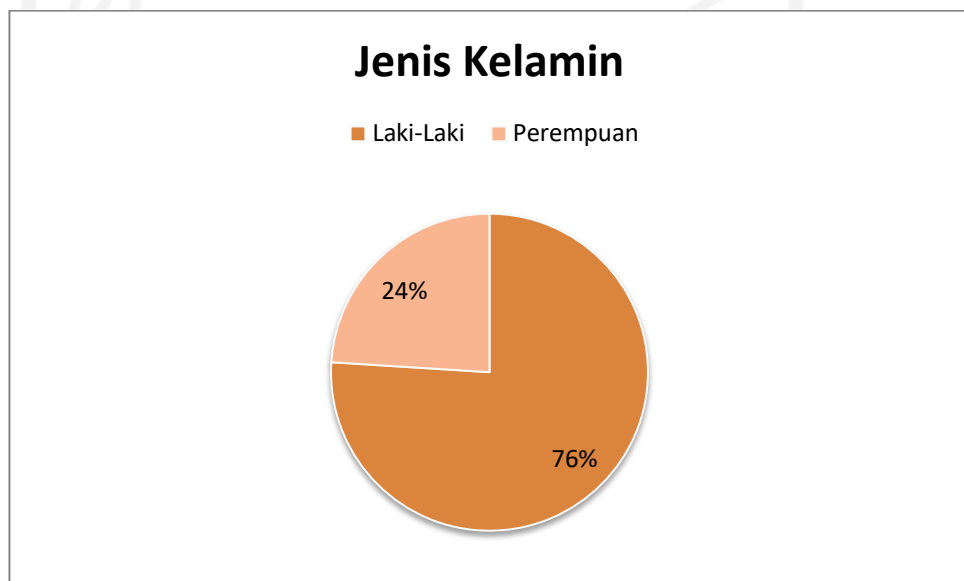
- Komisaris Utama : Wisnu Manupraba
- Komisaris : Yudi Hariwibowo, Indra Skati, dan Harjono Sukarno
- CEO : Raden Nanda
- Audit & Quality Assurance : Sugihartono
- Manager Operasional : Rizal Fauzi
- CTO : PT. Javan
- Manager Marketing & Sales : Larasati
- CFO : Feni Febriani

B. Karakteristik Responden

Jumlah responden pengguna layanan SyarQ yang dihitung dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dari banyaknya pengguna layanan SyarQ tahun ini. Sumber analisis survey diolah menggunakan Microsoft Excel 2010. Dalam hasil analisis deskriptif karakteristik responden dari segi jenis kelamin pada gambar 2. Di bawah ini, menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, pada jumlah

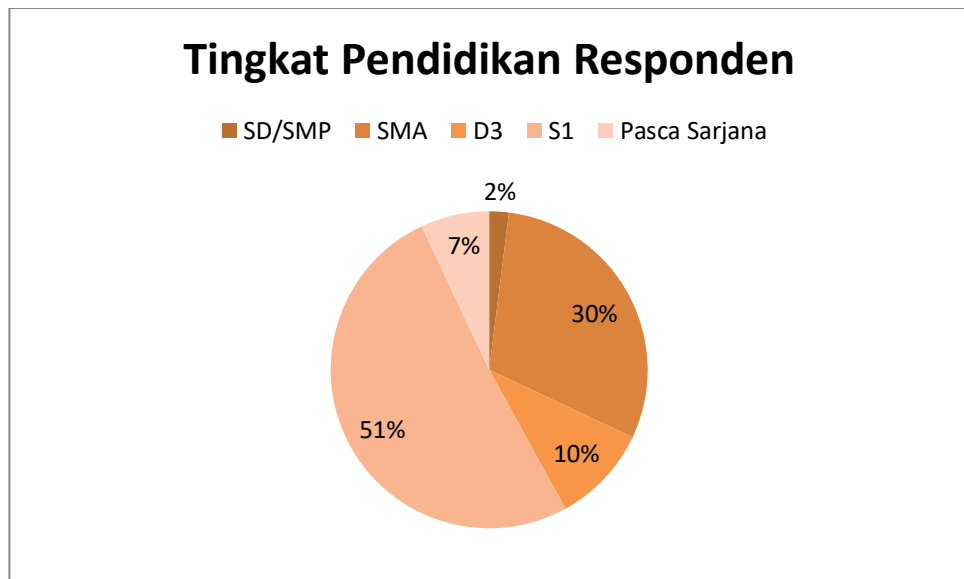
responden yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak daripada jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan. Karena dalam layanan SyarQ menunjukkan banyak yang diminati oleh masyarakat umum yaitu berjenis kelamin laki-laki.

Gambar 2. Jenis Kelamin Responden Pengguna Layanan SyarQ



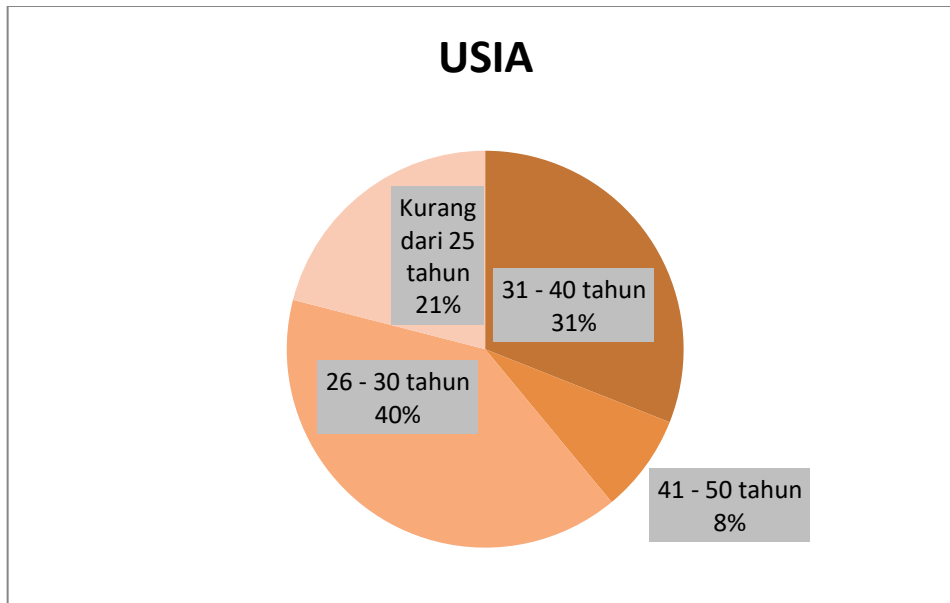
Berdasarkan tingkatan pendidikan responden pengguna layanan SyarQ pada gambar 2. dibawah ini, dari 100 responden yang diteliti dalam penelitian, sebagian besar responden berpendidikan SMA, D3, dan S1, hal ini menunjukkan bahwa layanan SyarQ diminati oleh masyarakat dari berbagai usia dengan tingkat pendidikan berbeda yang menengah ke atas. Hal ini dapat disebabkan karena layanan SyarQ membutuhkan feedback yang dapat diaplikasikan melalui handphone sehingga pengguna dengan tingkat pendidikan menengah ke atas akan mudah dalam mempelajari peraturan untuk menggunakan layanan SyarQ.

Gambar 3. Tingkat Pendidikan Responden Pengguna Layanan SyarQ



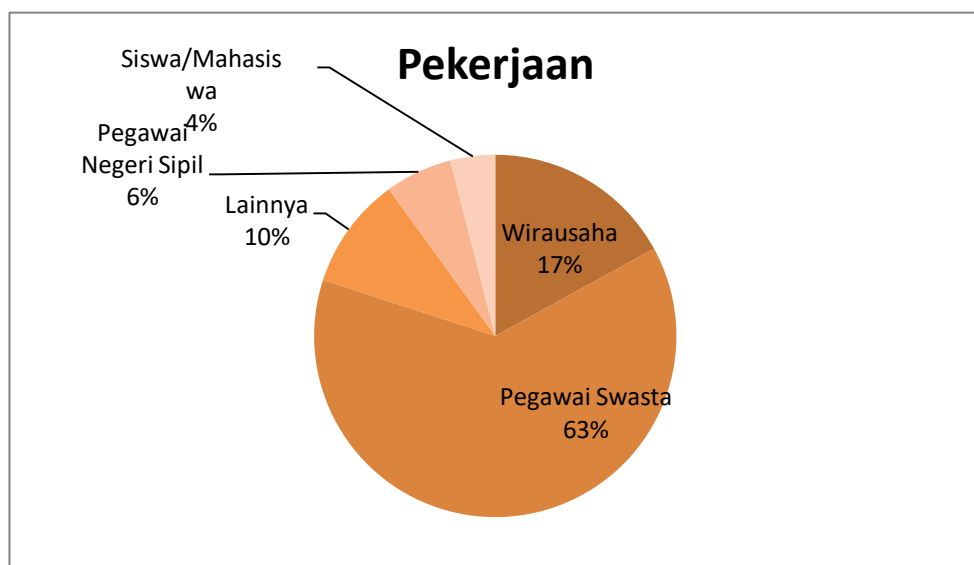
Dari gambar 3. Usia Responden dibawah ini, dari total responden yaitu 100 responden yang menggunakan layanan SyarQ dan dapat dilihat bahwa mayoritas responden berusia 26 – 30 tahun yaitu 40% yang dihitung sebanyak 40 responden, untuk peringkat kedua yaitu responden dalam rentang usia 31- 40 tahun yaitu 31% atau dihitung sebanyak 31 responden. Sementara responden dalam rentang usia 41 – 50 tahun terhitung 8% atau 8 responden dan pada rentang usia kurang dari 25 tahun sebanyak 21% atau dihitung 21 responden yang berlatarbelakang sebagai seorang pelajar/mahasiswa.

Gambar 4. Usia Responden Pengguna Layanan SyarQ



Dari gambar 4. dibawah ini menunjukkan sebanyak 63% berlatarbelakang seorang pegawai swasta dari jumlah 100 responden. Selanjutnya sebanyak 17% berlatarbelakang pekerjaan wirausaha, sebanyak 10% dengan pekerjaan responden lainnya, sebanyak 6% dengan latarbelakang pekerjaan PNS, dan 4% berlatarbelakang sebagai seorang siswa/mahasiswa/i dari jumlah 100 responden yang masuk.

Gambar 5. Pekerjaan Responden Pengguna Layanan SyarQ



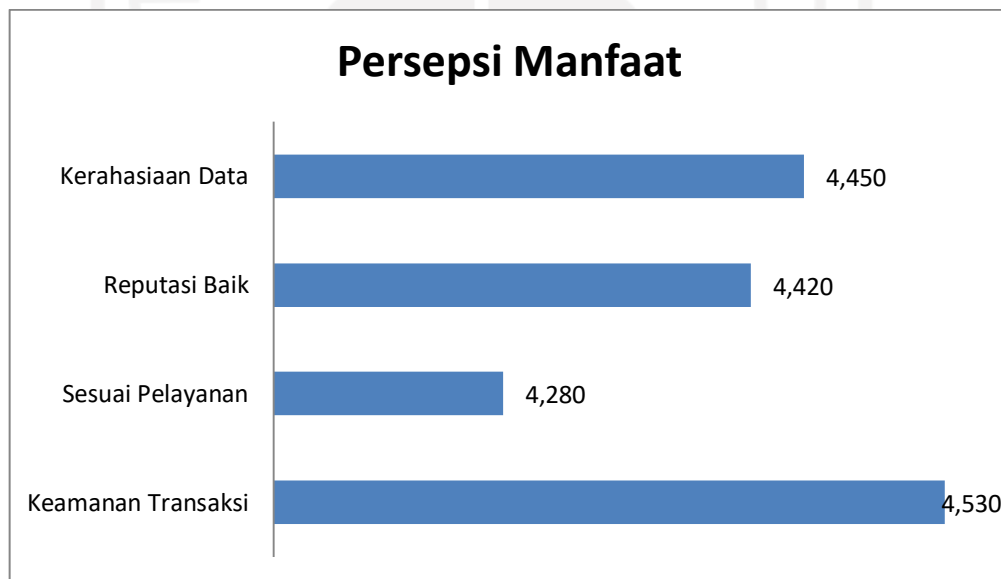
C. Analisis Deskriptif

Dalam analisis deskriptif ini digunakan untuk mengetahui gambaran variabel penelitian berdasarkan hasil pengisian kuesioner responden sebanyak 100 pengguna layanan SyarQ.

a) Persepsi Manfaat

Yaitu seseorang yang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi dalam bisnis akan meningkatkan energi kinerja pekerjaannya.

Gambar 6. Rata- Rata Skor Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Manfaat

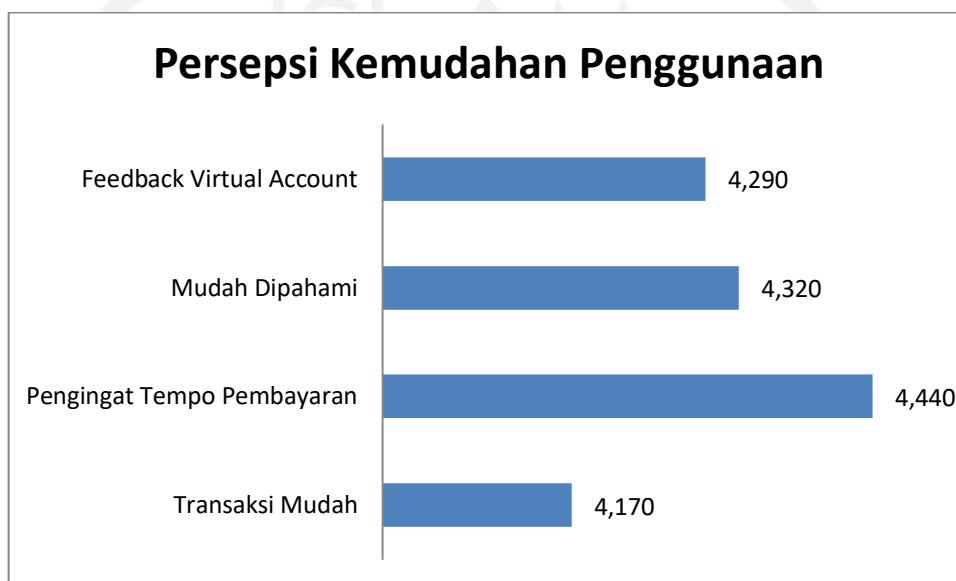


Hasil analisis pada gambar 6 diatas yaitu pengguna SyarQ memiliki persepsi yang cukup tinggi terhadap layanan SyarQ terutama karena SyarQ dianggap dapat mengamankan sebuah transaksi dan kerahasiaan data. Dalam hal reputasi baik serta sesuai pelayanan untuk beberapa responden masih memberikan persepsi yang rendah.

b) Persepsi Kemudahan Penggunaan

Membuat seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi baru seperti layanan SyarQ yang akan digunakan terbebas dari kesulitan penggunaan.

Gambar 7. Rata- Rata Skor Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

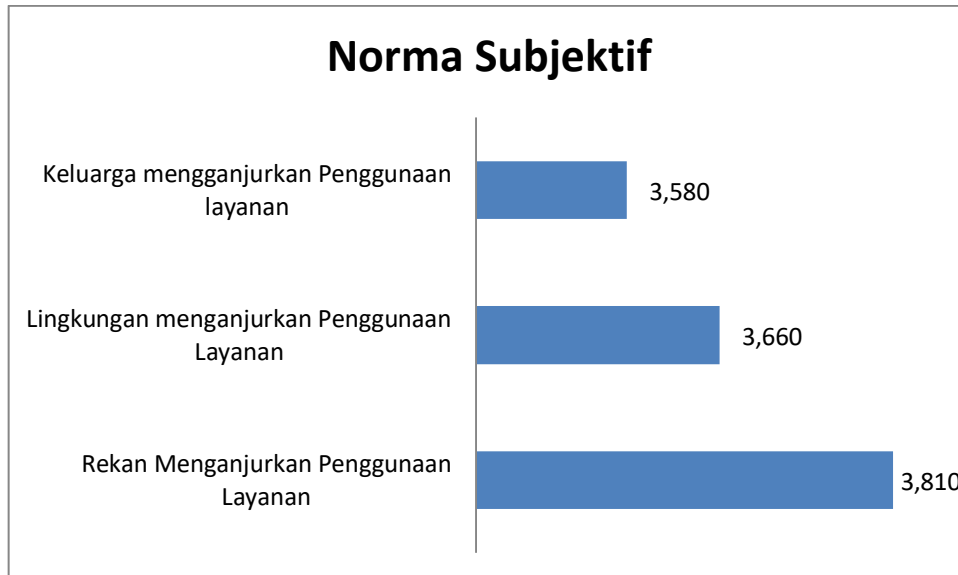


Hasil analisis deskriptif persepsi kemudahan pada gambar 7 diatas menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap kemudahan penggunaan SyarQ tinggi karena layanan SyarQ mengingatkan tempo pembayaran cicilan dan mudah dipahami, sedangkan *feedback virtual account* dan kemudahan dalam bertransaksi tidak setinggi penilaian tentang pengingat tempo pembayaran.

c) Norma Subjektif

Persepsi seseorang terhadap kepercayaan orang lain berupa tekanan social yang akan mempengaruhi niat nantinya untuk melakukan atau tidak dalam perilaku yang sedang juga akan dipertimbangkan.

Gambar 8. Rata- Rata Skor Jawaban Responden Pada Variabel Norma Subjektif

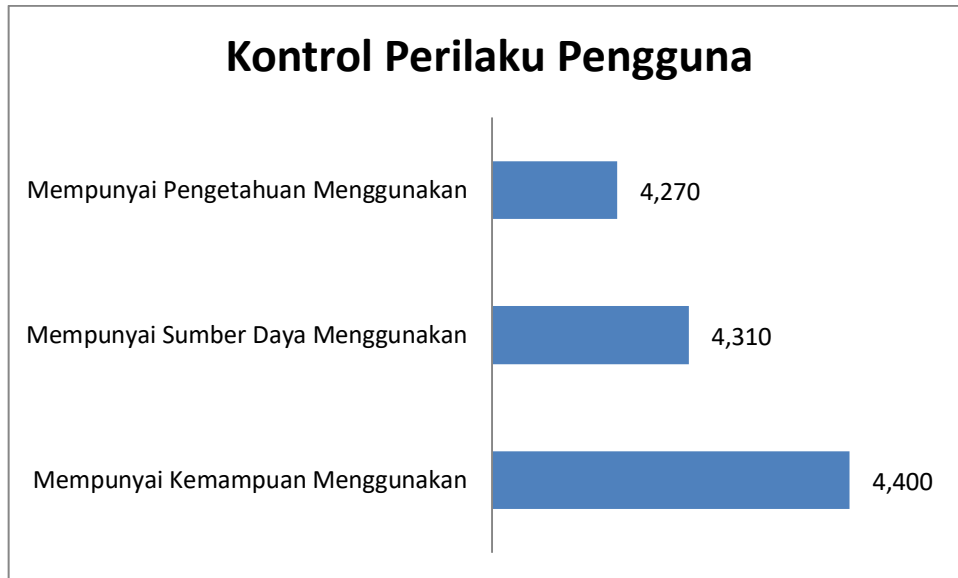


Hasil dari analisis norma subjektif menunjukkan bahwa layanan SyarQ termasuk baik karena rekan menganjurkan penggunaan layanan serta lingkungan dan keluarga yang menganjurkan penggunaan layanan.

d) Persepsi Kontrol Perilaku

Dalam kesulitan atau mudahnya untuk melakukan sebuah sikap dan menyangkut ada atau tidak adanya faktor kontrol (Dari sumber data dan kesempatan) yang dapat memberikan wadah serta menghambat perilaku. Hasil analisis persepsi perilaku kontrol menunjukkan bahwa perilaku pengguna SyarQ dapat dikatakan baik. Hasil analisis deskriptif persepsi perilaku variabel kontrol pengguna menunjukkan bahwa pengguna SyarQ memiliki perilaku kontrol penggunaan yang baik terhadap layanan SyarQ.

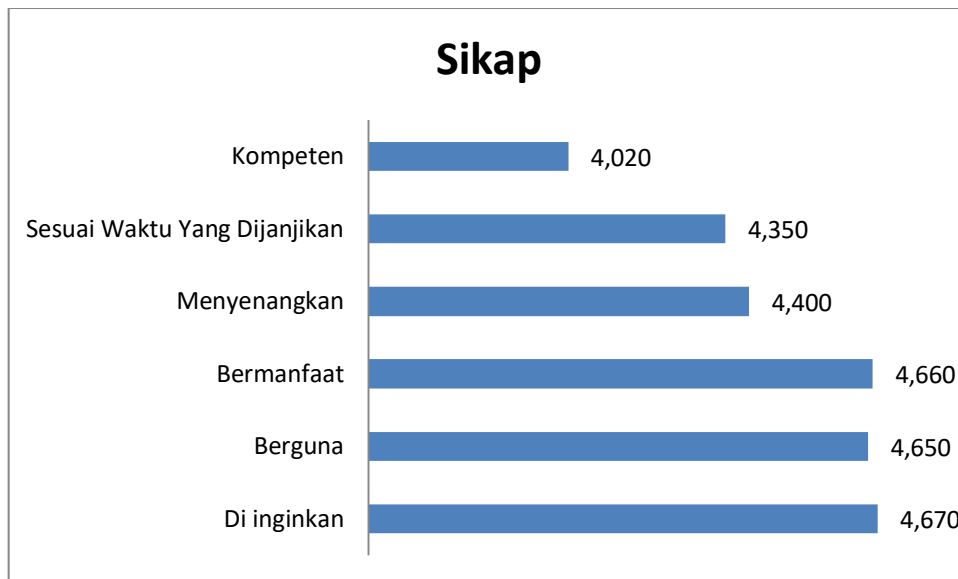
Gambar 9. Rata-Rata Skor Jawaban Responden Pada Variabel Kontrol Perilaku Pengguna



e) Sikap Pengguna

Terdapat perasaan positif atau negatif dari seseorang yang ternyata berasal dari persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan maka akan mempengaruhi minat menggunakan pelaku terhadap sebuah sistem teknologi model baru. Karena layanan SyarQ ini dinilai oleh responden pengguna sebagai layanan yang di inginkan, berguna, dan bermanfaat untuk pengguna sangat menikmati layanan SyarQ tersebut.

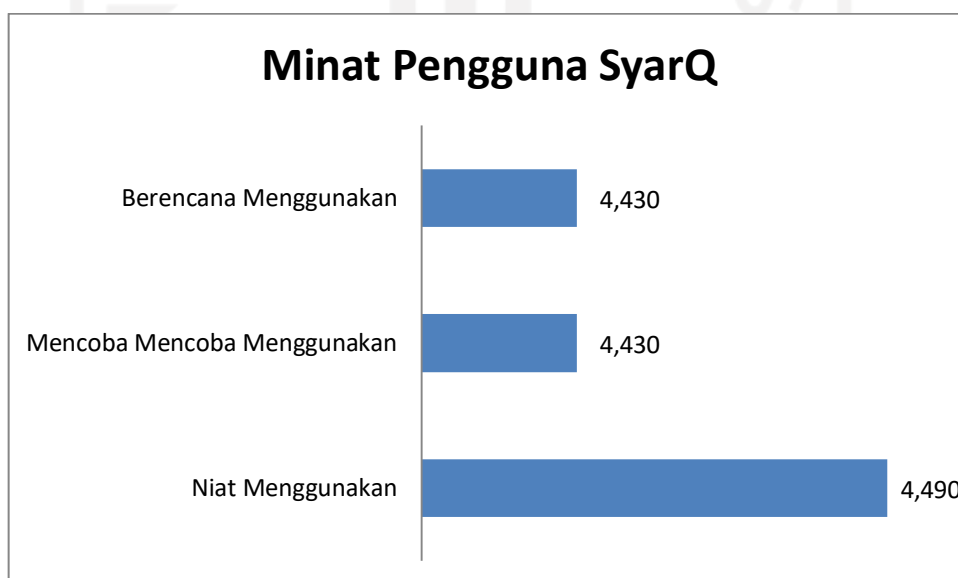
Gambar 10. Rata-Rata Skor Jawaban Responden Pada Variabel Sikap



f) Minat Menggunakan SyarQ

Suatu bentuk keinginan yang sudah di niatkan seseorang untuk melakukan perilaku atau keinginan tertentu.

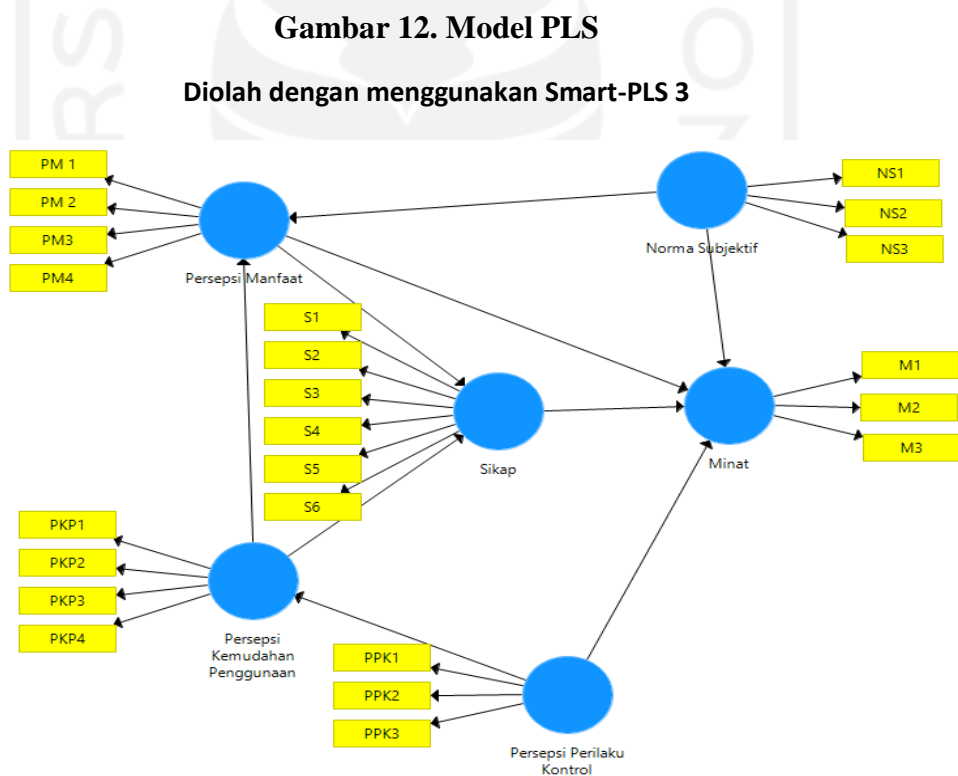
Gambar 11. Rata-Rata Skor Jawaban Responden Pada Variabel Minat



Hasil analisis dari minat pengguna layanan SyarQ tergolong cukup tinggi. Karena dapat dilihat dari minat pengguna layanan SyarQ yaitu niat menggunakan, sedangkan mencoba menggunakan dan berencana untuk menggunakan itu rendah.

D. Analisis PLS

Dalam penelitian pengaruh antar variabel ini akan dianalisis menggunakan teknik analisis Partial Least Square (PLS) yang berdasarkan kerangka model dalam penelitian yang dibangun ini, maka spesifikasi model PLS yang akan kemudian diestimasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Dalam teknik pengolahan data menggunakan metode SEM yang berbasis Partial Least Square (PLS) perlu 2 tahap untuk menilai Fit Model untuk sebuah model penelitian. Tahapan tersebut yaitu tahap dalam pengujian model pengukuran dan tahap pada pengujian model struktural.

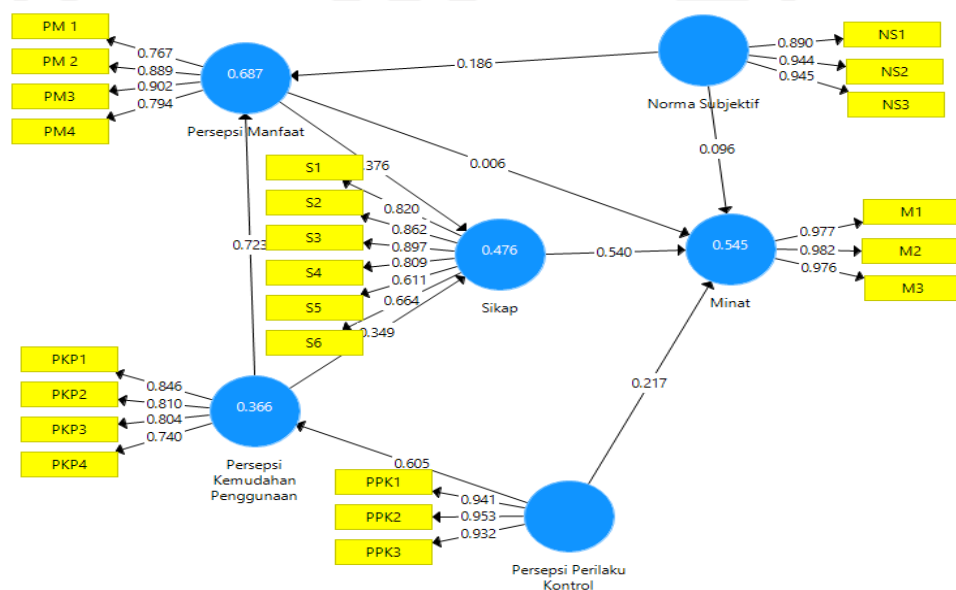
a. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Dalam tahap pengujian model pengukuran terdapat pengujian *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability*. Hasil analisis PLS ini dapat digunakan akan menguji hipotesis penelitian, jika dalam seluruh indikator dalam model PLS sudah memenuhi syarat seperti reliabilitas komposit, validitas konvergen dan validitas deskriminan.

a) Validitas Konvergen

Dalam uji validitas konvergen ini dilakukan dengan melihat nilai pada loading faktor individu yang berada dalam individu indikator terhadap konstraknya. Pengujian penelitian konfirmatori ini terdapat batas loading faktor yang digunakan yaitu sebesar 0,7 dan untuk penelitian eksploratori yaitu batas loading faktor yang digunakan adalah sebesar 0,6. Karena penelitian ini merupakan penelitian yang berbasis konfirmatori dan batas loading faktor yang akan digunakan untuk menguji pada validitas konvergen dalam masing-masing indikator yaitu sebesar 0,7. Berikut ini merupakan hasil estimasi model PLS :

Gambar 13. Hasil Estimasi Model PLS



Dibawah ini nilai loading faktor pada masing-masing indikator yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Table 8. Hasil Uji Validitas Konvergen

	M	NS	PKP	PM	PPK	S
M1	0.977					
M2	0.982					
M3	0.976					
NS1		0.840				
NS2		0.944				
NS3		0.945				
PKP1			0.846			
PKP2			0.810			
PKP3			0.804			
PKP4			0.740			
PM1				0.767		
PM2				0.889		
PM3				0.902		
PM4				0.794		
PPK1					0.941	
PPK2					0.953	
PPK3					0.932	
S1						0.820
S2						0.862
S3						0.897
S4						0.809

S5						0.611
S6						0.664

Berdasarkan dalam table diatas, dapat kita lihat seluruh indikator dapat memiliki nilai loading faktor > dari 0,7 yang akan menunjukkan bahwa memiliki indicator yang dapat valid dalam mengukur konstruknya, maka dapat disimpulkan bahwa model PLS tersebut sudah memenuhi syarat pada kategori validitas konvergen.

b) Validitas Deskriminan (Discriminant Validity)

Dalam discriminant validity ini dapat dilakukan untuk melihat hasil bahwa setiap konsep yang terdapat pada indikator variable laten akan berbeda dengan variable lainnya karena model tersebut mempunyai discriminant valididty yang bagus jika nilai kuadrat AVE, maka masing-masing konstruk dapat melebihi korelasi antara konstruk dengan konstruk yang lainnya. Hasil dari pengujian discriminant validity ini diperoleh yaitu sebagai berikut :

Table 9. Hasil Uji Validitas Deskriminan

	M	NS	PKP	PM	PPK	S
M	0.978					
NS	0.395	0.927				
PKP	0.470	0.485	0.801			
PM	0.524	0.537	0.813	0.840		
PPK	0.567	0.385	0.605	0.510	0.942	
S	0.706	0.395	0.654	0.660	0.574	0.784

Pada tabel di atas dapat dianalisis bahwa seluruh dari nilai kuadrat AVE dalam masing-masing konstruk akan melebihi nilai korelasi atau

persamaan antara konstruk lainnya dikarenakan model PLS telah memenuhi syarat validitas atau betulnya deskriminan yang tergolong baik.

c) Composite Reliability dan Crombach's Alpha

Dalam reliabilitas konstruk yang terdapat pada nilai dari nilai crombachs Alpha, nilai Composite Reliability dan nilai Average Variance Extracted (AVE) yang dari masing-masing hubungan. Konstruk dikatakan dapat memiliki persamaan atau reliabilitas yang tinggi jika dalam nilai crombach alpha dapat melebihi 0,7, nilai composite reliability dapat lebih dari 0,70 dan AVE juga dapat berada diatas 0,50.

Table 10. Reliabilitas Konstruk

	Crombach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
M	0.977	0.978	0.985	0.956
NS	0.918	0.918	0.948	0.859
PKP	0.813	0.819	0.877	0.641
PM	0.860	0.876	0.905	0.706
PPK	0.936	0.939	0.959	0.887
S	0.869	0.876	0.904	0.615

Dari hasil uji reliabilitas di atas yaitu nilai crombachs alpha dalam seluruh konstruk > dari 0,7, nilai reliabilitas komposit juga > dari 0,7 dan nilai AVE pada seluruh konstruk > dari 0,5 yang hasilnya seluruh konstruk sudah memenuhi reliabilitas atau persamaan konstruk yang baik dan benar.

b. Pengujian Model Struktural (Inner Model)

a) Q² Predictive Relevanca

Analisis PLS pada Q² menunjukkan akan kekuatan dalam prediksi model. Nilai dari Q² model ini sebesar 0,02 menunjukkan bahwa model memiliki predictive relevance yang lemah maka pada nilai Q² model sebesar 0,15 menunjukkan model tergolong memiliki predictive relevance yang moderate dan pada nilai Q² model sebesar 0,35 yang akan menunjukkan bahwa model termasuk memiliki predictive relevance kuat.

Table 11. Q² Model PLS

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
M	300.000	158.096	0.473
NS	300.000	300.000	
PKP	400.000	313.458	0.216
PM	400.000	220.571	0.449
PPK	300.000	300.000	
S	600.000	450.842	0.249

Hasil pada perhitungan di atas ini adalah nilai Q² model dengan nilai 0,999 yang > dari 0,15 maka menunjukkan bahwa model tersebut memiliki predictive yang relevance moderate atau ditengah.

b) Uji Goodnes Of Fit Model

Uji pada goodnes of fit model PLS ini dapat kita lihat dari nilai SRMR model atau dapat dikatakan absolute fit measure. Model PLS akan dinyatakan sudah memenuhi kriteria goodness of fit model, jika nilai SRMR < dari 0,10 dan model akan dinyatakan perfect fit atau sempurna jika nilai SRMR < 0,08. Dari hasil uji goodness of fit model PLS dalam table berikut ini menunjukkan bahwa nilai pada

SRMR model PLS yaitu sebesar 0,085. Dikarenakan nilai SRMR model di bawah 0,10 maka dalam model PLS ini dinyatakan sudah memenuhi sebuah kriteria goodness of fit model yang dikatakan layak digunakan dalam menguji hipotesis penelitian ini.

Table 12. Model Fit

Diolah dengan menggunakan Smart PLS 3

	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0.085	0.110
d_ULS	1.983	3.355
d_G	0.961	1.086
Chi-Square	522.706	538.611
NFI	0.775	0.768

c) Uji Signifikansi

Dalam hasil perhitungan pada nilai F Square, R square dan Q square yang menunjukkan bahwa model PLS dibangun dengan layak dan digunakan untuk menguji pendapat dalam sebuah penelitian atau disebut juga hipotesis penelitian. Hipotesis atau dugaan yang digunakan dalam pengujian penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Ho : yaitu variabel eksogen yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel endogen

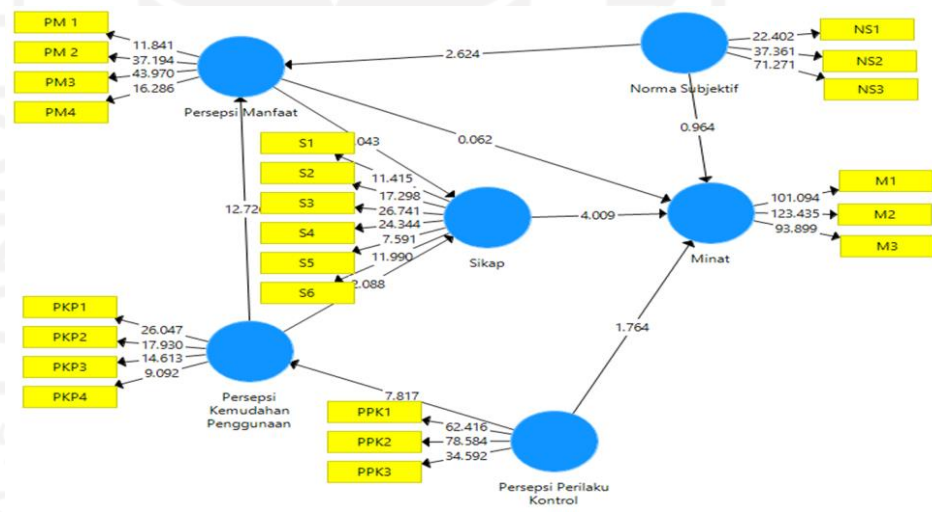
Ha : yaitu variabel endogen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel eksogen

Dengan ukuran taraf yang signifikan dengan angka 0,05 maka Ho disebut akan ditolak jika pada nilai P value < dari 0,05 dan t hitung > dari 1,96, jika pada nilai p value > dari 0,05 dan t hitung < dari 1,96 maka Ho akan tidak ada penolakan. Hasil uji signifikansi yang sudah

diketahui tersebut selanjutnya dapat dilihat dari arah hubungan yang mengandung nilai original kemudian membawa pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Dan apabila arah hubungan berpengaruh serta bertanda positif maka akan berpengaruh pada variable eksogen terhadap variabel endogen yaitu positif atau searah, apabila nilai original sampel ternyata bertanda negatif maka sampel arah hubungan yang berpengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dikatakan sebagai berlawanan. Hasil estimasi model PLS ini dijadikan sebagai acuan untuk menguji bahwa hipotesis dalam penelitian ini dapat diketahui pada gambar sebagai berikut :

Gambar 14. Hasil Estimasi Model PLS (Bootstrapping)

Diolah dengan menggunakan Smart PLS 3



Hasil estimasi uji signifikansi selengkapnya yang dapat diketahui pada table dibawah ini sebagai berikut :

Table 13. Hasil Estimasi Model

Diolah dengan menggunakan Smart PLS 3

	Sampel Asli(O)	Rata-rata Sanpel	Standar Deviasi	T Statistik	P values
PKP→S	0.349	0.344	0.174	2.000	0.046
PM→S	0.376	0.380	0.195	1.931	0.054
PKP→PM	0.723	0.721	0.062	11.549	0.000
PM→M	0.006	0.008	0.107	0.058	0.954
NS→PM	0.186	0.193	0.075	2.482	0.013
NS→M	0.096	0.088	0.108	0.883	0.377
PPK→PKP	0.605	0.608	0.077	7.902	0.000
PPK→M	0.217	0.213	0.123	1.759	0.079
S→M	0.540	0.547	0.133	4.066	0.000

Berdasarkan table di atas dapat dilihat, diperoleh beberapa hasil sebagai berikut :

1. Nilai signifikan pengaruh variable persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap adalah sebesar 0,046 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value < 0,05 dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variable kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable sikap. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kemudahan dalam penggunaan layanan SyarQ maka sikap layanan yang diberikan SyarQ semakin tinggi, begitu sebaliknya.
2. Nilai signifikan pengaruh variable persepsi manfaat terhadap sikap adalah sebesar 0,054 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value < 0,05 dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variable persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap variable sikap.

3. Nilai signifikan pengaruh variable persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat adalah sebesar 0,000 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value $< 0,05$ dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variable kemudahan dalam penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable persepsi manfaat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemudahan dalam menggunakan terhadap layanan SyarQ maka semakin tinggi persepsi manfaat yang didapatkan, begitu sebaliknya.
4. Nilai signifikan pengaruh variable persepsi manfaat terhadap minat adalah sebesar 0,954 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value $< 0,05$ dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variable persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap variable minat.
5. Nilai signifikan pengaruh variable norma subjektif terhadap persepsi manfaat adalah sebesar 0,013 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value $< 0,05$ dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variable norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable persepsi manfaat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi norma subjektif layanan SyarQ maka semakin tinggi persepsi manfaat yang didapatkan, begitu sebaliknya.
6. Nilai signifikan pengaruh variable norma subjektif terhadap minat adalah sebesar 0,377 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value $< 0,05$ dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variable norma subjektif tidak berpengaruh positif terhadap variable minat.
7. Nilai signifikan pengaruh variable persepsi perilaku kontrol terhadap persepsi kemudahan penggunaan adalah sebesar

0,000 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value $< 0,05$ dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variable persepsi perilaku control berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable persepsi kemudahan penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap perilaku control SyarQ maka perilaku penggunaan layanan SyarQ akan semakin tinggi, begitu sebaliknya.

8. Nilai signifikan pengaruh variable persepsi perilaku kontrol terhadap minat adalah sebesar 0,079 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value $< 0,05$ dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variable persepsi perilaku control tidak berpengaruh positif terhadap variable minat.
9. Nilai signifikan pengaruh variable Sikap terhadap Minat adalah sebesar 0,000 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value $< 0,05$ maka disimpulkan bahwa variable sikap berpengaruh signifikan terhadap variable Minat. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya persepsi masyarakat terhadap sikap pelayanan SyarQ dapat meningkatkan minat dalam menggunakan layanan SyarQ.

d) Besar Pengaruh parsial (Effect Size/f square/f2)

Dalam analisis PLS, nilai f square (f²) menunjukkan besar pengaruh parsial masing-masing variable predictor terhadap variable endogen. Menurut Cohen (1988), nilai f square yang diperoleh selanjutnya dapat dikategorikan dalam kategori berpengaruh kecil (f² = 0,02), berpengaruh menengah (f² = 0,15) dan berpengaruh besar (f² = 0,35). Berikut ini adalah nilai f² masing-masing variable eksogen terhadap variable endogen :

Table 14.Perhitungan F2

	M	NS	PKP	PM	PPK	S
M						
NS	0.014			0.084		
PKP				1.275		0.079
PM	0.000					0.092
PPK	0.065		0.576			
S	0.312					

Hasil analisis PLS pada table menunjukkan bahwa besar pengaruh (effect size) norma subjektif (NS) terhadap minat (M) adalah sebesar 0,014, selanjutnya besar pengaruh (effect size) persepsi manfaat (PM) terhadap minat (M) adalah 0,000, besar pengaruh (effect size) persepsi perilaku control (PPK) terhadap minat (M) adalah 0,065 dan besar pengaruh (effect size) sikap (S) terhadap minat (M) adalah 0,312. Hal ini menunjukkan bahwa dari seluruh factor yang berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan layanan SyarQ, factor sikap adalah factor yang paling dominan berpengaruh.

Hal selanjutnya pada table menunjukkan bahwa terhadap variable sikap (A), besar pengaruh variabel persepsi kemudahan penggunaan (PKP) adalah 0,079 dan besar pengaruh variable persepsi manfaat (PM) adalah 0,092. Hal ini menunjukkan bahwa variable persepsi manfaat merupakan variable yang paling berpengaruh terhadap sikap pengguna (S) dibandingkan dengan variable persepsi kemudahan penggunaan.

Selanjutnya pada variable persepsi manfaat (PM), besar pengaruh variable norma subjektif terhadap persepsi manfaat adalah sebesar 0,084 sedangkan besar pengaruh variable persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat adalah 1,275 hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan factor yang paling berpengaruh terhadap persepsi manfaat.

e) Besar Pengaruh Simultan (R Square)

Interpretasi R Square tersebut sama dengan interpretasi R Square pada analisis regresi biasa. Nilai R Square menunjukkan besar pengaruh simultan (pengaruh bersama-sama) variable eksogen terhadap endogen. Selain itu, nilai R Square juga dapat menunjukkan kekuatan model PLS, dalam hal ini nilai R square sebesar 0,075 menunjukkan model PLS yang kuat. R Square sebesar 0,50 menunjukkan model PLS yang moderate dan nilai R Square sebesar 0,25 menunjukkan model PLS yang lemah. (Ghozali 2016: 78)

Berikut ini adalah nilai R Square variable penelitian :

Table 15. Nilai R Square

	R Square	Adjusted R Square
M	0.545	0.526
PKP	0.366	0.359
PM	0.687	0.681
S	0.476	0.466

Hasil analisis PLS pada table menunjukkan bahwa nilai R Square model berada pada interval 0,366 – 0,687. Oleh karena

nilai R square model melebihi 0,25 maka dinyatakan pada kategori lemah yang berarti kurang baik digunakan untuk hipotesis penelitian.

Hasil analisis selanjutnya menunjukkan bahwa nilai R Square variable persepsi manfaat (PM) adalah sebesar 0,687, hal ini menunjukkan bahwa besar kontribusi yang diberikan variable sikap, persepsi kemudahan dan minat secara simultan adalah sebesar 60%.

Selanjutnya, nilai R Square variable persepsi kemudahan penggunaan adalah sebesar 0,366, hal ini menunjukkan bahwa besar kontribusi yang diberikan variable persepsi kemudahan terhadap

E. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis PLS, diperoleh hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

Table 16. Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	T Statistics	P Values	Kesimpulan
1	PKP→S	2.000	0.046	Diterima
2	PM→S	1.931	0.054	Ditolak
3	PKP→PM	11.549	0.000	Diterima
4	PM→M	0.058	0.954	Ditolak
5	NS→PM	2.482	0.013	Diterima
6	NS→M	0.883	0.377	Ditolak
7	PPK→PKP	7.902	0.000	Diterima
8	PPK→M	1.759	0.079	Ditolak
9	S→M	4.066	0.000	Diterima

F. Pembahasan Hipotesis

a. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP) terhadap Sikap (S) penggunaan layanan syarQ

Nilai signifikan pengaruh variable persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap adalah sebesar 0,046 dengan nilai original sampel yang bertanda positif. Oleh karena nilai p value $< 0,05$ dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variable persepsi kemudahan penggunaan **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap variable sikap. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kemudahan menggunakan layanan SyarQ maka sikap menggunakan akan semakin tinggi, begitu sebaliknya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2018); Davis et al (1989); Fishbein dan Ajzen (1975); Mathieson (2001) sama, bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan maka semakin baik pula sikap pengguna terhadap suatu layanan. Menurut Ahmad (2016) berbeda hasil penelitian karena persepsi kemudahan penggunaan apabila seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi baru akan bebas dari usaha maka sikap responden akan sebanding dengan yang ditawarkan pada persepsi kemudahan penggunaan.

b. Pengaruh Persepsi Manfaat (PM) terhadap Sikap (S) penggunaan layanan SyarQ

Nilai signifikan pengaruh variable persepsi manfaat terhadap sikap adalah sebesar 0,054 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value $> 0,05$ maka disimpulkan bahwa variable persepsi manfaat **tidak berpengaruh signifikan** terhadap variable sikap. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat terhadap layanan SyarQ tidak berpengaruh terhadap sikap masyarakat menggunakan layanan SyarQ yang diukur pada tinggi rendahnya suatu persepsi manfaat.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yudhi dan Novi (2015); Davis (1989); Rahmatsyah (2011); Amalia (2018); Ahmad (2016) tidak sama dengan adanya suatu kepercayaan yang terkandung dalam hal

pengambilan keputusan. Semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kegunaan layanan SyarQ maka perilaku pengguna SyarQ akan semakin tinggi, begitu sebaliknya dan responden merasa percaya untuk menggunakan produk e-money yang bermanfaat bagi mereka sehingga para responden juga menggunakannya. Menggunakan suatu terobosan teknologi baru contohnya, responden juga mempersepsikan akan mendapatkan manfaat seperti transaksi yang lebih cepat dan efisien juga keamanan data yang diberikan.

c. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP) terhadap Persepsi Manfaat (PM) layanan syarQ

Nilai signifikan pengaruh variable persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat adalah sebesar 0,000 dengan original sampel bertanda positif. Karena nilai pada p value < dari 0,05 dan nilai original sampel yang bertanda positif maka dapat disimpulkan bahwa variable persepsi kemudahan penggunaan **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap variable persepsi manfaat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap perilaku kemudahan menggunakan layanan SyarQ maka persepsi manfaat penggunaan semakin tinggi dan begitu juga sebaliknya.

Dari hasil dalam penelitian yang sama dilakukan oleh Amalia (2018); Ahmad (2016); Aulia (2018); Abbad (2013); Bashir dan Madhavaiah (2015) bahwa persepsi kemudahan penggunaan dapat mengacu tentang sejauh mana konsumen berfikir percaya bahwa usaha ternyata tidak akan memerlukan sebuah penggunaan sistem. Dan semakin tinggi sebuah persepsi kemudahan dalam penggunaan pada produk e-money maka akan dikatakan semakin tinggi juga tentang persepsi manfaat produk tersebut, dan juga semakin mudah menggunakan sistem informasi maka akan semakin berguna juga sistem tersebut.

d. Pengaruh Persepsi Manfaat (PM) terhadap Minat (M) menggunakan bentuk layanan lembaga SyarQ

Nilai signifikan pengaruh variable persepsi manfaat terhadap minat adalah sebesar 0,954 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value > 0,05 maka disimpulkan bahwa variable persepsi manfaat **tidak berpengaruh signifikan** terhadap variable minat. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya persepsi manfaat terhadap layanan SyarQ tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan layanan SyarQ.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Amalia (2018); Dwi dan Raisa (2017); Hamidah (2017); Chin (2015) tidak sama, bahwa tinggi rendahnya persepsi masyarakat berpengaruh atau sebaliknya terhadap minat masyarakat yang menggunakannya. Dalam persepsi keamanan atau persepsi manfaat teknologi yang tidak signifikan terhadap minat penggunaan e-money karena di Indonesia tidak minat dan konsumen merasa kurang juga tidak yakin adanya perlindungan keamanan pada produk e-money karena ketika nilai persepsi manfaat meningkat maka minat dalam melakukan transaksi juga meningkat, begitu juga sebaliknya. Menurut Ahmad (2016) sependapat signifikan bahwa responden merasa bahwa produk e-money yang digunakan kurang memberikan manfaat sehingga tidak mempengaruhi minat menggunakan suatu produk.

e. Pengaruh Norma Subjektif (NS) terhadap Persepsi Manfaat (PM) layanan syarQ

Nilai signifikan pengaruh variable norma subjektif terhadap persepsi manfaat adalah sebesar 0,013 dengan nilai original sampel yang bertanda positif. Dan oleh karena pada nilai p value < dari 0,05 dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variable norma subjektif **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap variable persepsi manfaat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap norma subjektif layanan SyarQ maka persepsi manfaat penggunaan semakin meningkat tinggi dan begitu juga sebaliknya.

Dari hasil pada penelitian yang sama dilakukan oleh Amalia (2018); Ahmad (2016); Rahmatsyah (2011); Neila (2009); Davis (1989) dalam penelitiannya bahwa keyakinan sikap dalam menggunakan layanan bias dianggap mempengaruhi informasi yang mereka terima dari social dan lingkungannya. Dan norma yang subjektif juga mempengaruhi diri responden, kemudian dapat membentuk sebuah persepsi yang bermanfaat seperti produk e-money. Pada pengaruh personal juga eksternal responden maka akan membentuk pemikiran persepsi yang bermanfaat dan didapat dari produk e-money. Selanjutnya, norma subjektif juga terbentuk adanya kumpulan orang yang saling berhubungan sebagai contoh, anggota keluarga sendiri yang sudah menyarankan untuk menggunakan layanan SyarQ sebagai pendorong minat para responden untuk menggunakannya. Dari pengaruh sosial yang sudah berisi akan keyakinan sikap untuk menggunakan layanan SyarQ dapat dianggap sebagai pengaruh penting norma subjektif terhadap manfaat kegunaan layanan SyarQ.

f. Pengaruh Norma Subjektif (NS) terhadap Minat (M) menggunakan layanan SyarQ

Nilai signifikan pengaruh variable norma subjektif terhadap minat yaitu sebesar 0,377 dengan nilai original sampel yang bertanda positif. Oleh karena nilai p value $> 0,05$ maka disimpulkan bahwa variable norma subjektif **tidak berpengaruh signifikan** terhadap variable minat. Karena hasil yang menunjukkan bahwa tinggi rendahnya norma subjektif itu terhadap layanan SyarQ tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan layanan SyarQ.

Dari hasil penelitian yang sesuai dilakukan oleh Amalia (2018); Ahmad (2016); Nina dan Annafi (2017); Idris dan Arif (2017) bahwa meskipun tekanan sosial masyarakat untuk menggunakan layanan tinggi, namun minat masyarakat untuk menggunakan masih rendah dapat disebabkan karena mitra ataupun pengguna layanan tidak terlalu mempertimbangkan pandangan orang sekitar mengenai layanan SyarQ. Dalam norma yang subjektif tidak akan menjadi faktor yang dapat

mempengaruhi minat dari perilaku atau sikap dalam menggunakan e-money karena responden diasumsikan tidak ikut mempertimbangkan sudut pandang orang disekitarnya mengenai produk e-money dan e-commerce tersebut. Maka tidak ada pengaruh minat responden dalam penggunaan produk. Menurut Yudhi dan Novi (2015) tidak sefrekuensi karena norma subjektif adalah perasaan atau dugaan seseorang terhadap harapan dari orang yang ada di dalam kehidupannya mengenai dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu.

g. Pengaruh Persepsi Perilaku Kontrol (PPK) terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP) layanan syarQ

Nilai signifikan pengaruh variabel perilaku kontrol terhadap kemudahan penggunaan adalah sebesar 0,000 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value $< 0,05$ dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variabel persepsi perilaku kontrol **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap variabel kemudahan penggunaan. Bahwa besar pengaruh perilaku kontrol masyarakat terhadap layanan SyarQ maka persepsi kemudahan dalam penggunaan SyarQ juga semakin tinggi.

Hasil penelitian ini sama seperti penelitian Amalia (2018); Ahmad (2016); Rahmatsyah (2011) menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap perilaku kontrol layanan SyarQ maka persepsi kemudahan penggunaan penggunaan akan semakin tinggi, begitu sebaliknya. Dalam persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan maka dapat meningkatkan kemudahan penggunaan yang di persepsikan oleh para responden. Diartikan dengan kata lain juga, semakin baik pada persepsi kontrol perilaku seperti pengetahuan, kemampuan dan sumber daya dalam penggunaan produk layanan SyarQ maka akan meningkatkan kemudahan penggunaan yang sudah dipersepsikan. Menurut Hamidah (2017) bahwa perilaku kontrol tidak berpengaruh pada persepsi kemudahan dalam penggunaan dikarenakan Persepsi kemudahan dan sikap sudah

berpengaruh signifikan. Dan menurut Neila (2009) dalam teorinya, persepsi perilaku kontrol apabila tidak terjalankan bentuk dari persepsi control ini maka bentuk kemudahan dalam penggunaanpun akan tidak berpengaruh pada konsumennya.

h. Pengaruh Persepsi Perilaku Kontrol (PPK) terhadap Minat (M) menggunakan SyarQ

Nilai signifikan pengaruh variable perilaku control terhadap minat adalah sebesar 0,079 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value $> 0,05$ maka disimpulkan bahwa variable perilaku kontrol **tidak berpengaruh signifikan** terhadap variable minat. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya perilaku kontrol terhadap layanan SyarQ tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan layanan SyarQ.

Hasil penelitian ini tidak sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Yudhi dan Novi (2015); Chen et al. (2008); Ozer dan Tilmaz (2011); Ahmad (2016) yang mana kontrol lebih pada merefleksikan pengalaman masa lalu dan juga mengantisipasi halangan-halangan yang ada. Semakin menarik sikap dan norma subjektif terhadap perilaku dan kontrol perilaku persepsian maka semakin kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Dalam teori persepsi kontrol perilaku yang tinggi, maka niat kuat seseorang untuk menggunakan minatnya juga tinggi dalam menggunakan teknologi. Menurut Amalia (2018) penelitian ini sesuai dengan teori TPB bahwa perilaku kontrol seseorang akan menentukan minat penggunaan seperti yang ada pada norma subjektif dan sikap terhadap penggunaan teknologi.

i. Pengaruh Sikap penggunaan (S) terhadap Minat (M) pengguna layanan lembaga SyarQ

Berdasarkan analisis pada koefisien jalur nilai signifikan pengaruh variabel sikap terhadap minat adalah sebesar 0,000 dengan original sampel bertanda positif. Oleh karena nilai p value $< 0,05$ dan original sampel bertanda positif maka disimpulkan bahwa variabel sikap **berpengaruh**

positif dan signifikan terhadap variable minat. Dengan adanya sikap yang positif maka minat yang didapatkan akan setara dalam hal layanan menggunakan SyarQ.

Pada TAM dan TPB mengatakan bahwa sikap dapat memprediksi minat perilaku seseorang. Hasil pada penelitian ini sama seperti yang dilakukan oleh Amalia (2018); Yudhi dan Novi (2015); Andrew, Silvia dan Christoffel (2016); Ahmad (2016); Davis et.al menurutnya bahwa dalam sebuah manfaat yang memiliki kegunaan sebuah produk merupakan unsur empiris sedangkan sikap atau perilaku merupakan unsur yang aktif. Semakin baik perilaku pengguna maka semakin tinggi minat masyarakat menggunakan layanan SyarQ atau sikap seseorang bisa diidentifikasi dari kepercayaannya dalam menggunakan sebuah sistem. Dalam kepercayaan pengguna layanan SyarQ, dapat ditunjukkan juga melalui informasi yang terdapat pada sumber literature ataupun social media. Sikap atau perilaku diartikan sebagai perasaan yang positif atau negative penggunaan layanan SyarQ yang diaplikasikan sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap pelayanan SyarQ. Sikap juga berpengaruh terhadap minat membeli atau menggunakan secara online. Dapat diartikan secara logis bahwa semakin positif sikap responden terhadap suatu produk e-money misalnya, maka akan semakin menaikkan minat perilaku responden untuk menggunakan produk. Menurut Arlina (2016) berbeda dalam penelitiannya bahwa pengaruh minat pengguna teknologi tidak signifikan dengan sikap konsumen dalam menggunakan sebuah layanan dikarenakan latarbelakang konsumen sendiri masih mayoritas hidup secara sederhana. Sehingga minat dalam menggunakan sebuah layanan menggunakan teknologi masih tergolong rendah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil analisis data dan informasi yang didapat oleh peneliti sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap penggunaan layanan SyarQ hanya ada sikap yang berpengaruh positif terhadap minat dengan nilai P value $0,000 < 0,05$ dan original sampel yang bertanda positif.
2. Dari hasil analisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan layanan SyarQ terhadap persepsi manfaat yaitu berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai p value $0,000 < 0,05$. Pengaruh norma subjektif juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat dengan nilai p value $0,013 < 0,05$.
3. Pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap yaitu tidak berpengaruh signifikan dengan nilai p value $0,054 > 0,05$. Persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap adalah berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai p value $0,046 < 0,05$.
4. Dan dari hasil analisis pada persepsi perilaku kontrol memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan dengan nilai p value $0,000 < 0,05$.

Saran

1. Bagi Perusahaan
 - a. Meningkatkan kualitas pelayanan SyarQ agar masyarakat percaya dan mudah untuk menggunakan layanan SyarQ.
 - b. Meningkatkan kesadaran lebih kepada masyarakat agar terhindar dari Riba untuk masalah Murabahah dengan cicilan online.

- c. Perlu mengkaji juga meningkatkan kembali sistem layanan SyarQ agar semakin baik untuk kedepannya dan dapat digunakan dengan mudah oleh masyarakat umum dalam menggunakan pelayanan SyarQ.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti yang selanjutnya menggunakan model pengukuran dan struktural dalam model SEM ini dapat berbeda aplikasi perhitungan dari yang sudah digunakan oleh penelitian ini ataupun berbeda model yang digunakan.
- b. Untuk peneliti yang akan melakukan penelitian, diharapkan untuk melakukan penelitian dengan menambahkan beberapa faktor lainnya agar semakin memperkaya dan memperluas faktor yang mempengaruhi minat dalam bidang industri Start Up, keuangan atau lainnya dalam bidang syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2006). *The Theory of Planned Behaviour*.
- Ali, H. M. (2019). *Blockchain, Fintech, Islamic Finance*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Alifa, F. (2017, Desember 28). *Dengan SyarQ, Anda Dapat Membeli Barang di Toko Online Lewat Cicilan Secara Syariah*. Retrieved Mei 23, 2019, from TribunJabar.id: jabartribunnews.com/2017/12/28/dengan-syarq-anda-dapat-membeli-barang-di-toko-online-lewat-cicilan-secara-syariah
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah : Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Aria, P. (2018, November 28). *Riset Google : 1 dari 2 Pengguna Internet Indonesia Adopsi Fintech*. Retrieved Mei 23, 2019, from katadata.co.id: <https://m.katadata.co.id/berita/2018/11/28/riset-google-1-dari-2-pengguna-internet-indonesia-adopsi-fintech>
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Kencana.
- Candraditya, H. (2013). Analisis Penggunaan Uang Elektronik. *Diponegoro Jurnal Of Management*, 4-5.
- Fishbein, A. I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, Behavior : An Introduction To Theory On Research*. Addison-Wesley.
- Fishbein, M. (1963). An Investigation of the Relationship Beetwen Beliefs About an Object and the Attitude Toward That Object. *Human Relations*, 16.
- Giap, M. d. (2011). *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hadi, S. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi Dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- H-K, C. L.-M.-C. (2016). The Adoption of Fintech Service : TAM perspective. *International Journal Management Administration*, 1-15.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jusmaliani. (2008). *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Karim, A. A. (2004). *BANK ISLAM Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Latan, I. G. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik Dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit.
- Lucyanda, J. (2010). Pengujian Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi*, 4.
- Purkon, A. (2014). *Bisnis Online Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Purwanto. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ratmono, M. S. (2013). *Analisis SEM - PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Non Linier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Sarwono, U. N. (2007). *Structural Equation Model (SEM) dalam Riset Ekonomi : Menggunakan LISREL*. Yogyakarta: Gava Media.
- Siregar, K. R. (2011). Kajian Mengenai Penerimaan Teknologi Dan Informasi Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Trunojoyo*, 29-30.
- Timothy, J. (2010). *Membangun Bisnis Online*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Uzzaman, A. (2015). *StartupPedia*. Yogyakarta: Bentang.
- Wijayanto, S. H. (2008). *Structural Equation Modelling*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wiroso. (2005). *Jual Beli MURABAHAH*. Yogyakarta: UII Press.

LAMPIRAN

Lampiran 1.Kuesioner

KUESIONER

Minat Konsumen Terhadap Financial Technology Syariah SyarQ Sebagai Platform Cicilan Online Syariah Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Pada kolom jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap sesuai dengan pendapat, dimohon untuk memberi tanda ceklis (✓) pada jawaban tersebut. Pendapat yang sesuai dalam skala 1 hingga 5 yang memiliki makna :
 - a. Sangat Setuju (SS) : 1
 - b. Setuju (S) : 2
 - c. Netral (N) : 3
 - d. Tidak Setuju (TS) : 4
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 5
2. Setiap dari pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban.
3. Mohon jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i dipilih sesuai pendapat yang sebenar-benarnya karena kerahasiaan jawaban tidak akan diketahui oleh orang lain.
4. Kuesioner ini ditujukan kepada Bapak/Ibu yang telah menggunakan SyarQ sebagai platform cicilan online syariah secara aktif maupun pasif.
5. Untuk identitas kuesioner Bapak/Ibu/Saudara/I akan dirahasiakan oleh peneliti dan hanya untuk kepentingan akademik, dalam rangka untuk penulisan skripsi.

Identitas Responden

- 1) Nama/Inisial :
- 2) Jenis Kelamin :
 - a. Perempuan

- b. Laki –laki
- 3) Usia :
- a. < 25 tahun
 - b. 26 – 30 tahun
 - c. 31 – 40 tahun
 - d. 41 – 50 tahun
 - e. > 51 tahun
- 4) Pendidikan Terakhir :
- a. SD/SMP
 - b. SMA
 - c. D3
 - d. S1
 - e. Pasca Sarjana
- 5) Pekerjaan :
- a. Siswa / Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri Sipil
 - c. Wirausaha
 - d. Pegawai Swasta
 - e. Lainnya
- 6) Pendapatan Perbulan :
- a. \leq Rp. 2.000.000-, /bulan
 - b. > Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000-, /bulan
 - c. > Rp. 4.000.000 – Rp. 7.000.000-, /bulan
 - d. > Rp. 7.000.000 – Rp. 9.000.000-, /bulan
 - e. > Rp. 9.000.000-, /bulan
- 7) Dari manakah Anda memperoleh informasi layanan SyarQ?
- a. Teman
 - b. Keluarga
 - c. Instagram
 - d. Google
 - e. Youtube
 - f. Agen
 - g. Lainnya
- 8) Dari beberapa aplikasi dibawah ini, aplikasi apa saja yang terdapat di smartphone Anda? (boleh dipilih lebih dari satu)
- a. Bukalapak
 - b. Tokopedia
 - c. Shopee
 - d. Lazada
 - e. Paytren

- f. Traveloka
- g. Truemoney
- h. Jd.id
- i. Blibli
- j. Bhinneka
- k. Mataharimall

Instrumen TAM dan TPB

No	Persepsi Manfaat	SS	S	N	TS	STS
	Penggunaan SyarQ memungkinkan saya memperoleh beberapa manfaat					
1	Rasa aman dalam bertransaksi					
2	SyarQ selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan					
3	SyarQ memiliki reputasi yang baik					
4	Saya yakin data yang saya berikan kepada SyarQ terpelihara dengan baik					

No	Persepsi Kemudahan Penggunaan	SS	S	N	TS	STS
	Sepengetahuan saya pada penggunaan SyarQ					
1	Saya merasa mudah saat melakukan transaksi di SyarQ					
2	Saya di ingatkan sebelum jadwal pembayaran agar saya tidak terlambat					
3	Sangat mudah dipahami					
4	Setelah melakukan pendaftaran online saya mendapatkan Virtual Account melalui e-mail					

No	Norma Subjektif	SS	S	N	TS	STS
1	Rekan menganjurkan saya untuk menggunakan SyarQ					
2	Lingkungan menganjurkan saya untuk menggunakan SyarQ					
3	Keluarga menganjurkan saya untuk menggunakan SyarQ					

No	Persepsi Perilaku Kontrol	SS	S	N	TS	STS
	Saya merasa, mempunyai cukup					
1	Kemampuan untuk menggunakan SyarQ					
2	Sumber daya untuk menggunakan SyarQ					
3	Pengetahuan untuk menggunakan SyarQ					

No	Sikap	SS	S	N	TS	STS
	Menurut saya SyarQ					
1	Akan sangat diinginkan sebagai wadah cicilan online syariah					
2	Sangat berguna sebagai wadah transaksi dengan cicilan					
3	Sangat baik untuk digunakan sebagai wadah transaksi dengan cicilan					
4	Menyenangkan untuk digunakan					
5	Petugas SyarQ melakukan pencairan sesuai dengan waktu yang dijanjikan					
6	Petugas SyarQ sangat kompeten sehingga tidak pernah membuat kesalahan saat					

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

S3	S4	S5	S6	M1	M2	M3
5	5	5	3	4	3	3
5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	4	3
4	4	5	4	5	5	4
3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	3	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
3	3	3	2	3	3	3
4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5
5	5	4	4	5	5	5
4	3	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	2	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	2	5	4	3	3	3
5	5	4	3	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	3	5	5	5

LAMPIRAN HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

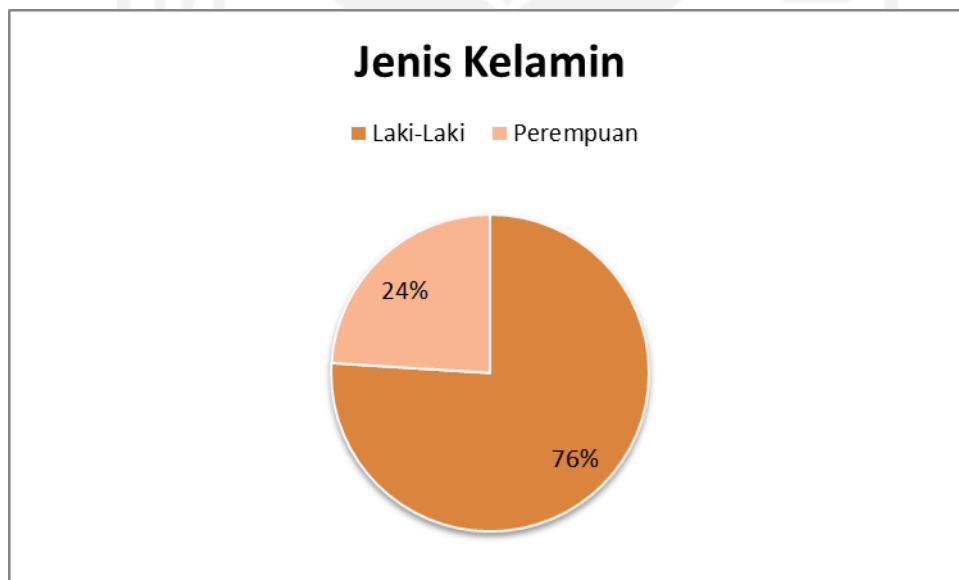
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.936	.961	29

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PM1	189.50	603.293	.452	.	.935
PM2	189.73	586.547	.754	.	.933
PM3	189.53	586.809	.783	.	.933
PM4	189.53	591.844	.631	.	.934
Total_X1	176.90	512.300	.766	.	.933
PKP1	189.70	593.803	.666	.	.934
PKP2	189.43	591.771	.807	.	.933
PKP3	189.53	598.189	.700	.	.934
PKP4	189.77	596.875	.525	.	.934
Total_X2	177.03	522.033	.887	.	.929
NS1	190.20	584.303	.604	.	.933
NS2	190.27	579.237	.692	.	.933
NS3	190.33	577.195	.663	.	.933
Total_X3	183.20	507.200	.648	.	.939

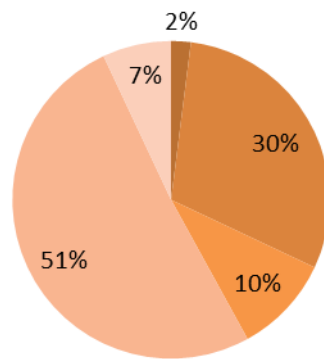
PPK1	189.27	599.306	.676	.	.934
PPK2	189.47	599.154	.647	.	.934
PPK3	189.43	603.840	.494	.	.935
Total_X4	180.57	563.013	.661	.	.932
S1	189.20	606.993	.429	.	.936
S2	189.20	603.476	.604	.	.935
S3	189.23	599.564	.670	.	.934
S4	189.47	586.671	.772	.	.933
S5	189.37	600.930	.574	.	.935
S6	189.93	592.823	.614	.	.934
Total_X5	167.40	495.007	.809	.	.933
M1	189.43	594.944	.715	.	.934
M2	189.47	595.430	.662	.	.934
M3	189.50	594.259	.662	.	.934
Total_Y1	180.80	546.786	.665	.	.933

LAMPIRAN HASIL ANALISIS DESKRIPTIF KARAKTERISTIK RESPONDEN



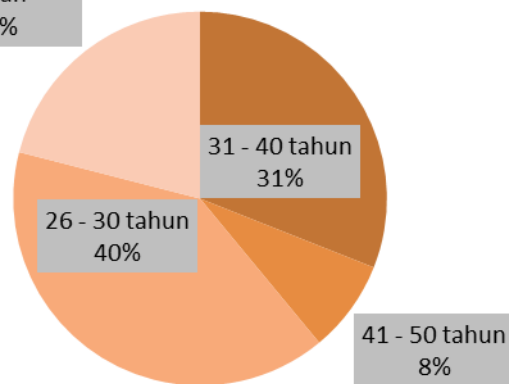
Tingkat Pendidikan Responden

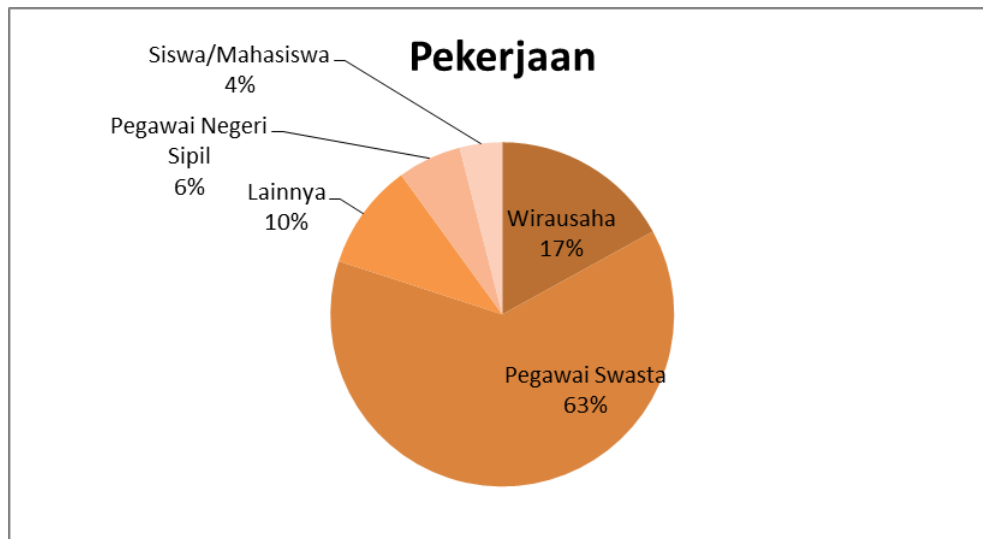
■ SD/SMP ■ SMA ■ D3 ■ S1 ■ Pasca Sarjana



USIA

Kurang dari 25 tahun
21%





LAMPIRAN DATA PENELITIAN

PM 1	PM 2	PM3	PM4	PKP1	PKP2	PKP3	PKP4
5	5	5	5	3	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	5
3	5	5	5	5	5	4	5
3	2	2	2	3	5	3	3
5	5	5	5	5	5	5	2
5	5	5	4	4	5	5	3
4	3	4	5	4	4	4	4
5	3	3	5	3	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	2	4	4	4	4
3	3	4	4	2	3	4	3
4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	3
5	4	4	4	4	4	5	4
4	5	5	5	4	5	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	4	5
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	3	3	5	4	4	3

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

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

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

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

S3	S4	S5	S6	M1	M2	M3
5	5	5	3	4	3	3
5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	4	3
4	4	5	4	5	5	4
3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	5	5	5

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

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

5	5	3	3	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4
4	4	4	3	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5
5	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	3	3	3
5	4	4	3	5	5	5
4	4	3	3	5	4	5

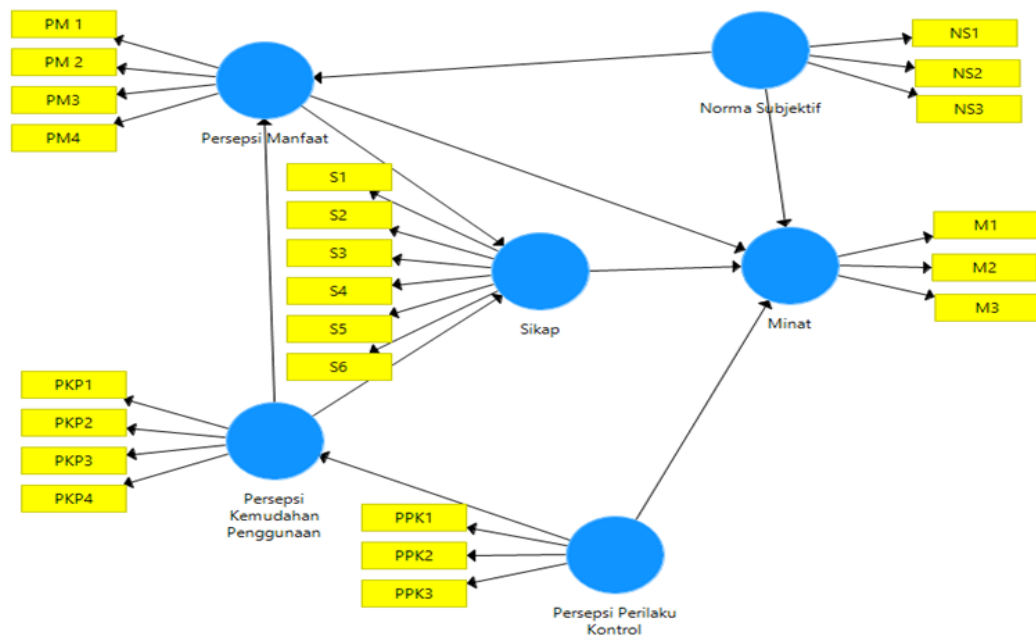
LAMPIRAN HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL PENELITIAN

Indikator	Uraian	Mean
PM1	Rasa aman dalam bertransaksi	4.530
PM2	SyarQ selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan	4.280
PM3	SyarQ memiliki reputasi yang baik	4.420
PM4	Saya yakin data yang saya berikan kepada SyarQ terpelihara dengan baik	4.450
PKP1	Saya merasa mudah saat melakukan transaksi di SyarQ	4.170
PKP2	Saya di ingatkan sebelum jadwal pembayaran agar saya tidak terlambat	4.440
PKP3	Sangat mudah dipahami	4.320
PKP4	Setelah melakukan pendaftaran online saya mendapatkan Virtual Account melalui e-mail	4.290
NS1	Rekan menganjurkan saya untuk menggunakan SyarQ	3.810
NS2	Lingkungan menganjurkan saya untuk menggunakan SyarQ	3.660
NS3	Keluarga menganjurkan saya untuk menggunakan SyarQ	3.580
PPK1	Kemampuan untuk menggunakan SyarQ	4.400
PPK2	Sumber daya untuk menggunakan SyarQ	4.310
PPK3	Pengetahuan untuk menggunakan SyarQ	4.270
S1	Akan sangat diinginkan sebagai wadah cicilan online syariah	4.670
S2	Sangat berguna sebagai wadah transaksi dengan cicilan	4.650
S3	Sangat baik untuk digunakan sebagai wadah transaksi dengan cicilan	4.460
S4	Menyenangkan untuk digunakan	4.400
S5	Petugas SyarQ melakukan pencairan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	4.350
S6	Petugas SyarQ sangat kompeten sehingga tidak pernah membuat kesalahan saat bertransaksi	4.020
M1	Saya berniat untuk menggunakan SyarQ sebagai wadah transaksi cicilan online	4.490

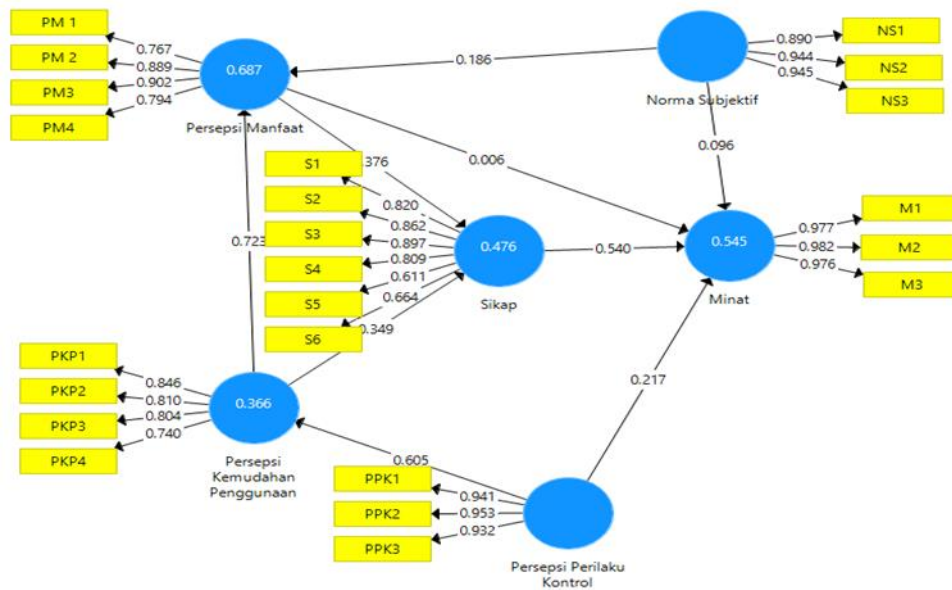
M2	Saya berfikir bahwa saya akan mencoba menggunakan SyarQ sebagai wadah transaksi cicilan saat melakukan angsuran	4.430
M3	Saya berencana akan menggunakan SyarQ sebagai wadah transaksi cicilan saat melakukan angsuran	4.430

LAMPIRAN HASIL ANALISIS PLS PENGUJIAN MODEL PENGUKURAN

MODEL PLS



HASIL ESTIMASI MODEL PLS ALGORITHM



VALIDITAS KONVERGEN

	M	NS	PKP	PM	PPK	S
M1	0.977					
M2	0.982					
M3	0.976					
NS1		0.840				
NS2		0.944				
NS3		0.945				
PKP1			0.846			
PKP2			0.810			
PKP3			0.804			
PKP4			0.740			
PM1				0.767		
PM2				0.889		
PM3				0.902		
PM4				0.794		
PPK1					0.941	
PPK2					0.953	
PPK3					0.932	
S1						0.820

S2						0.862
S3						0.897
S4						0.809
S5						0.611
S6						0.664

VALIDITAS DESKRIMINAN

	M	NS	PKP	PM	PPK	S
M	0.978					
NS	0.395	0.927				
PKP	0.470	0.485	0.801			
PM	0.524	0.537	0.813	0.840		
PPK	0.567	0.385	0.605	0.510	0.942	
S	0.706	0.395	0.654	0.660	0.574	0.784

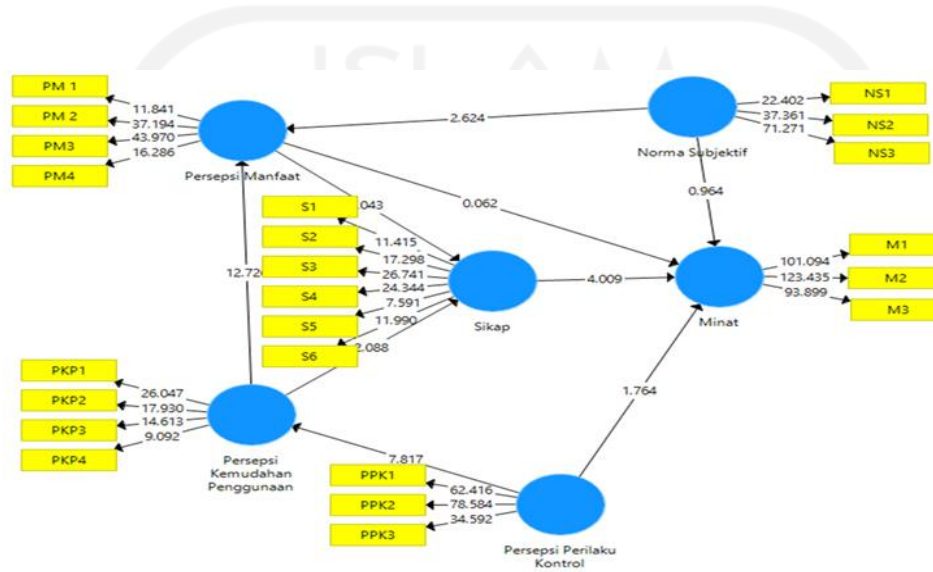
RELIABILITAS

	Crombach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
M	0.977	0.978	0.985	0.956
NS	0.918	0.918	0.948	0.859
PKP	0.813	0.819	0.877	0.641
PM	0.860	0.876	0.905	0.706
PPK	0.936	0.939	0.959	0.887

S	0.869	0.876	0.904	0.615
---	-------	-------	-------	-------

LAMPIRAN HASIL ANALISIS PLS PENGUJIAN MODEL STRUKTURAL (INNER MODEL)

HASIL ESTIMASI MODEL (BOOTSTRAPPING)



	Sampel Asli(O)	Rata-rata Sanpel	Standar Deviasi	T Statistik	P values
S→M	0.540	0.547	0.133	4.066	0.000
PPK→PKP	0.605	0.608	0.077	7.902	0.000
PPK→M	0.217	0.213	0.123	1.759	0.079
PM→S	0.376	0.380	0.195	1.931	0.054
PM→M	0.006	0.008	0.107	0.058	0.954
PKP→S	0.349	0.344	0.174	2.000	0.046
PKP→PM	0.723	0.721	0.062	11.549	0.000
NS→PM	0.186	0.193	0.075	2.482	0.013
NS→M	0.096	0.088	0.108	0.883	0.377

F SQUARE

	M	NS	PKP	PM	PPK	S
M						
NS	0.014			0.084		
PKP				1.275		0.079
PM	0.000					0.092
PPK	0.065		0.576			
S	0.312					

R SQUARE MODEL

	R Square	Adjusted R Square
M	0.545	0.526
PKP	0.366	0.359
PM	0.687	0.681
S	0.476	0.466

Q2 Model PLS

	SSO	SSE	Q2(=1-SSE/SSO)
M	300.000	158.096	0.473
NS	300.000	300.000	
PKP	400.000	313.458	0.216
PM	400.000	220.571	0.449
PPK	300.000	300.000	

S	600.000	450.842	0.249
---	---------	---------	-------

Model Fit

	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0.085	0.110
d_ULS	1.983	3.355
d_G	0.961	1.086
Chi-Square	522.706	538.611
NFI	0.775	0.768