

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DAPAT MEMENGARUHI  
KEINGINAN BERINVESTASI PADA *PLATFORM PEER TO PEER*  
*LENDING* BERBASIS SYARIAH**



SKRIPSI

Oleh :

Nama : Muhammad Ega Prawoto

No. Mahasiswa : 17312038

**FAKULTAS BISNIS & EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2021**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, serta sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya ataupun pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 05 Januari 2022



(Muhammad Ega Prawoto)

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DAPAT MEMENGARUHI  
KEINGINANBERINVESTASI PADA *PLATOFRM PEER TO PEER*  
*LENDING* BERBASIS SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

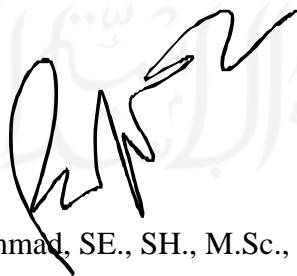
MUHAMMAD EGA PRAWOTO

No. Mahasiswa : 17312038

Yogyakarta, 23 Desember 2021

Telah Disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Keinginan Berinvestasi Pada Platform Peer To Peer Lending Berbasis Syariah**

Disusun oleh : MUHAMMAD EGA PRAWOTO

Nomor Mahasiswa : 17312038

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Senin, 07 Februari 2022

Penguji/Pembimbing Skripsi : Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS.

.....  
.....

Penguji : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia  
.....  
Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta karunia, rizki, dan kesehatan kepada penulis sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Memengaruhi Keinginan Berinvestasi Pada Platform Peer To Peer Lending Berbasis Syariah**”. Skripsi ini disusun sebagai sarana untuk memenuhi salah satu syarat akademis agar dapat mencapai gelar Strata-1 Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, dukungan, kritikan, saran, serta doa dari berbagai pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas segala berkat, rahmat, dan karunia-Nya serta nikmat yang tiada tara baik berupa kesehatan, kemudahan maupun segala bentuk rezeki sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua, Bapak Edy Prawoto dan Ibu Kusdarwati terima kasih atas segala perjuangan, kasih sayang, nasihat, dan selalu memberikan doa serta mendukung dan selalu membantu penulis dalam segala hal,

hal ini menjadi motivasi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

3. Kakak penulis Barreta Putri Pratiwi dan putranya Reyshaka Davanka Sina yang selalu menghibur serta menjadi salah satu sumber semangat untuk penulis dikala penulis mengalami suatu kesulitan.
4. Bapak Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis dari awal skripsi ini dibuat hingga skripsi ini selesai.
5. Bapak Dr. Mahmudi, SE., M.Si., Ak., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Prof. Dr. Jaka Sriyana, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama menempuh pendidikan sebagai mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
8. Staff administrasi serta karyawan di Uuniversitas Islam Indonesia atas bantuan yang telah diberikan.
9. Muhammad Luthfi Bayuaji dan Handy Pratama selaku teman dekat yang telah memberikan bantuan, arahan, saran, dan dukungan kepada penulis selama keberlangsungan pengerjaan skripsi ini.

10. Teman-teman prodi akuntansi seperti Haniffalah, Awan, Abiarditya, Yusuf, Lexy, Hanafi, Diaz, Rio, Dhafa dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah menemani penulis dalam menempuh pendidikan sebagai mahasiswa akuntansi di UII.
11. Teman-teman di Jogja seperti Bang Samson, Deny, Kokon, Lukman, Farhan, Jonathan, Wendy dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan banyak sekali bantuan, arahan, dan saran ketika penulis berada di Jogja.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, baik secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis mengucapkan terima kasih banyak yang sebesar-besarnya atas semua bantuan dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan yang belipat ganda. Penulis menyadari jika penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Wassalam'ualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 23 Desember 2021

Penulis,

Muhammad Ega Prawoto

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan Penelitian.....	7
1.4    Manfaat Penelitian.....	7
1.5    Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II</b> .....	<b>10</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1    Landasan Teori .....	10
2.1.1    Theory of Planned Behavior (TPB) .....	10
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	11
2.1.3    Investasi.....	12
2.1.4    Peer to Peer Lending Berbasis Syariah .....	12
2.1.5    Pengetahuan Investasi .....	15
2.1.6    Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Ease of Use</i> ).....	15
2.1.7    Persepsi Kepercayaan.....	16
2.1.8    Religiusitas Islam .....	17
2.2    Hasil Penelitian Terdahulu .....	17
2.3    Hipotesis Penelitian .....	19
2.3.1    Pengetahuan Investasi .....	19
2.3.2    Kemudahan Penggunaan ( <i>Ease of Use</i> ).....	20
2.3.3    Persepsi Kepercayaan.....	21
2.3.4    Religiusitas Islam .....	22
2.4    Kerangka Penelitian .....	23



<b>BAB III.....</b>	<b>24</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
3.1    Populasi Dan Sampel.....	24
3.2    Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.3    Metode Pengumpulan Data.....	25
3.4    Pengukuran Variabel.....	26
3.5    Variabel Dependen.....	26
3.6    Variabel Independen.....	27
3.6.1    Pengetahuan Investasi.....	27
3.6.2    persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Ease of Use</i> ).....	27
3.6.3    persepsi Kepercayaan.....	27
3.6.4    Religiusitas Islam.....	28
3.7    Metode Analisis Data.....	28
3.7.1    Alat Analisis Data.....	28
3.7.2    Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	29
3.7.3    Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	30
<b>BAB IV.....</b>	<b>31</b>
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
4.1 <i>Pilot Study</i> .....	31
4.2    Hasil Pengumpulan Data.....	33
4.3    Deskripsi Responden.....	34
4.3.1    Jenis Kelamin.....	34
4.3.2    Usia.....	34
4.3.3    Pekerjaan.....	35
4.3.4    Pendapatan.....	36
4.4    Statistik Deskriptif.....	37
4.5    Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	38
4.5.1    Uji Validitas.....	38
4.5.2    Uji Reliabilitas.....	39
4.6    Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	41
4.6.1    Uji Goodness of Fit (GoF).....	42
4.6.2    Pengujian Hipotesis.....	42

4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	45
4.7.1	Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Keinginan Berinvestasi	45
4.7.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Ease of use</i> ) terhadap Keinginan Berinvestasi .....	46
4.7.3	Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Keinginan Berinvestasi	47
4.7.4	Pengaruh Religiusitas Islam terhadap Keinginan Berinvestasi.....	48
<b>BAB V</b>	.....	<b>50</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>50</b>
5.1	Kesimpulan.....	50
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	50
5.3	Implikasi Penelitian .....	51
5.4	Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN 1</b>	.....	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN 2</b>	.....	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN 3</b>	.....	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN 4</b>	.....	<b>88</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kerangka Penelitian.....23

Gambar 4.1 Hasil Kerangka Penelitian.....44



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Profil Responden <i>Pilot Study</i> .....	32
Tabel 4.2 Hasil <i>Feedback Pilot Study</i> .....	33
Tabel 4.3 Data Kuesioner Yang Tersebar.....	34
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden.....	34
Tabel 4.5 Usia Responden.....	35
Tabel 4.6 Pekerjaan Responden.....	35
Tabel 4.7 Pendapatan Responden.....	36
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif.....	37
Tabel 4.9 Nilai <i>Outer Loading &amp; AVE</i> .....	39
Tabel 4.10 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	40
Tabel 4.11 Nilai <i>R-Squares</i> .....	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis.....	43

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi keinginan untuk berinvestasi pada *platform peer to peer lending* berbasis Syariah. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan populasi masyarakat generasi milenial atau yang berumur 18-35 tahun yang bertempat tinggal di Wilayah Jawa Timur. Sebanyak 161 kuesioner yang tersebar dan dihasilkan 143 kuesioner yang dapat dijadikan sampel penelitian. Hasil dalam penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap keinginan berinvestasi pada *platform peer to peer lending* berbasis Syariah. Sedangkan pengetahuan investasi dan religiusitas Islam tidak berpengaruh terhadap keinginan berinvestasi pada *platform peer to peer lending* berbasis Syariah.

**Kata kunci** : pengetahuan investasi, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan, religiusitas Islam, keinginan berinvestasi, peer to peer lending berbasis Syariah

## ABSTRACT

*This study aims to determine the factors that can influence the desire to invest in a Sharia-based peer to peer lending platform. The sampling method in this study used a purposive sampling method with the millennial generation population or those aged 18-35 years living in the East Java Region. A total of 161 questionnaires were distributed and 143 questionnaires were produced which could be used as research samples. The results in this study prove that the perception of ease of use and the perception of trust have a positive effect on the desire to invest in a Sharia-based peer to peer lending platform. Meanwhile, investment knowledge and Islamic religiosity have no effect on the desire to invest in Sharia-based peer to peer lending platforms.*

*Keywords: investment knowledge, perceived ease of use, perception of trust, Islamic religiosity, investment intention, Sharia-based peer to peer lending*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Keuangan Islam terus menarik minat masyarakat secara global tidak hanya dari Muslim tapi juga dari non-muslim. Seiring dengan berkembangnya zaman dan kemajuan teknologi ekonomi dunia telah berubah dari waktu ke waktu (Wulandari, 2018). Dengan adanya *Financial Technology (Fintech)* diharapkan dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pengembangan keuangan Islam (Reuters, 2018). Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia NO. 19/12/PBI/2017, *fintech* didefinisikan sebagai penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi dan / atau model bisnis baru serta berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan dan / atau efisiensi, kelancaran, keamanan dan keandalan sistem pembayaran (PBI, 2017).

*Financial technology* telah sangat mengubah cara konsumen dalam melakukan transaksi keuangan mereka (Huei et al., 2018). Terdapat enam model layanan *financial technology* yaitu pembayaran, manajemen kekayaan, *crowd funding*, *peer to peer lending* (P2P), model bisnis pasar modal, dan model bisnis jasa asuransi (Nguyen et al., 2020).

Dengan semakin banyaknya perusahaan penyelenggara fintech terutama perusahaan fintech *peer to peer lending*, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan peraturan baru yaitu Peraturan No.77/PJOK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Menurut Peraturan No. 77/PJOK.01/2016 *peer to peer lending* didefinisikan sebagai penyelenggaraan layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet (OJK, 2016). *Financial technology* berbasis *peer to peer lending* banyak digunakan oleh individu dan UMKM yang membutuhkan pembiayaan atau peluang investasi (Muhammad et al., 2021).

Sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memberikan kesempatan pada *financial technology peer to peer lending* terutama pada *peer to peer lending* berbasis Syariah dalam perkembangan keuangan masyarakat muslim. Berbeda dengan *peer to peer lending* konvensional, *peer to peer lending* Islami atau berbasis Syariah memiliki aturannya sendiri, yang menampilkan nilai-nilai Islam. Najeeb (2014) menjelaskan bahwa nilai-nilai Islam tidak memungkinkan kreditur untuk mendapatkan keuntungan dari debitur dengan mengenakan bunga karena bertentangan dengan ajaran Islam yang dikenal sebagai riba (riba), perjudian, dan perdagangan beberapa produk atau industri yang dilarang (haram).

Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (2019) di Indonesia akumulasi jumlah peminjam *peer to peer lending* pada Juni 2019 berjumlah 9,743,679 peminjam, sedangkan akumulasi jumlah pemberi dana per Juni 2019 hanya berjumlah 498,824 orang. Berdasarkan dari data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pemberi dana atau *lender* pada *peer to peer lending* di Indonesia baik konvensional maupun berbasis Syariah masih sangat sedikit dan masih butuh investor baru untuk menyeimbangkan permintaan pinjaman. Hal ini sangat disayangkan mengingat banyaknya peminjam berasal dari pihak UMKM yang merupakan pilar penting di perekonomian Indonesia.

Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (2019) hingga Juni 2019 mayoritas *lender* atau pemberi dana pada platform *peer to peer lending* di Indonesia 69,81% berasal dari kelompok usia 19-34 tahun yang berarti mayoritas investor platform *peer to peer lending* baik konvensional maupun berbasis syariah adalah dari kalangan generasi milenial. Dengan data tersebut dapat dikonfirmasi bahwa Indonesia memiliki potensi yang besar memperkuat pertumbuhan ekonomi melalui optimalisasi peran *financial technology* platform *peer to peer lending* berbasis syariah terutama pada generasi milenial. Perusahaan penyelenggara *platform peer to peer lending* juga harus meneliti dan mempelajari faktor-faktor yang memengaruhi kalangan generasi milenial yang tertarik untuk berinvestasi pada *platform peer to peer lending* sehingga perusahaan penyelenggara *platform peer to peer lending* terutama perusahaan penyelenggara layanan



*peer to peer lending* berbasis Syariah dapat memperbaiki ataupun mengembangkan layanan mereka agar dapat menarik lebih banyak calon investor yang berasal dari generasi milenial. Akan tetapi, sampai saat ini masih sedikit studi atau penelitian terdahulu yang mencoba menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat, terutama pada kalangan generasi milenial yang sangat dekat dengan kemajuan teknologi dalam hal investasi atau pinjaman menggunakan platform *peer to peer lending* berbasis Syariah (Ichwan & Kasri, 2019).

Menurut Mega Lestari (2019) pengetahuan investasi adalah pemahaman seseorang mengenai segala aspek yang berkaitan dengan investasi dimulai dari pengetahuan dasar investasi seperti pengertian investasi, jenis-jenis investasi, penilaian investasi, risiko investasi dan tingkat pengembalian investasi. Mega Lestari (2019) juga menambahkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi. Namun, hasil penelitian tersebut tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Doddy & Millah (2020); Fadzar et al. (2020); dan Ichwan & Kasri (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan investasi tidak berpengaruh terhadap keinginan berinvestasi di *peer to peer lending*.

Persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai bentuk keyakinan di mana penggunanya dapat merasa atau berpendapat bahwa penggunaan sebuah layanan pada platform tersebut dapat dipelajari, dipahami, dan digunakan dengan mudah (Nurdin et al., 2020). Penelitian tentang kemudahan penggunaan juga dilakukan oleh Fadzar et al. (2020)

menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi menggunakan *financial technology* lending Syariah. Namun, hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sipangkar & Wijaya (2020) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap niat berinvestasi.

Kepercayaan merupakan salah satu faktor penting dalam aktivitas investasi yang dilakukan seseorang. Penelitian tentang persepsi kepercayaan dilakukan oleh Fadzar et al., (2020) yang menjelaskan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap penggunaan *financial technology* berbasis *lending* Syariah.

Religiusitas seorang individu terkadang selalu dikaitkan atau dihubungkan dengan pengambilan sebuah keputusannya. Hal ini dikarenakan aspek keagamaan merupakan salah satu faktor internal seseorang ketika melakukan suatu perilaku (Diana, 2017). Indonesia yang merupakan negara dengan mayoritas penduduknya beragama islam, dalam melakukan setiap aktivitasnya sering atau selalu menggunakan prinsip-prinsip agama Islam. Salah satu contohnya adalah adanya *platform* penyedia layanan *peer to peer lending* berbasis Syariah yang berjalan berdasarkan dengan prinsip-prinsip agama Islam. Menurut Wardhani et al. (2020) ada atau tidaknya bunga (riba) dalam layanan *peer to peer lending* selalu dipertimbangkan oleh seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi. Dengan latar belakang tersebut, Religiusitas Islam dapat

menjadi salah satu faktor pertimbangan masyarakat Indonesia dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi pada platform peer to peer lending yang menggunakan prinsip-prinsip Syariah.

Penelitian ini merujuk dari beberapa penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan mengembangkannya dengan menggabungkan berbagai faktor yang dikira dapat memengaruhi keinginan kalangan generasi milenial untuk berinvestasi pada platform peer to peer lending berbasis Syariah. Peneliti bermaksud menguji faktor-faktor yang diperkirakan dapat memengaruhi keinginan para kalangan generasi milenial dalam berinvestasi pada *peer to peer lending* berbasis Syariah.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat memengaruhi Keinginan Berinvestasi Pada *Platform Peer to Peer Lending* Berbasis Syariah”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Apakah Pengetahuan Investasi berpengaruh terhadap Keinginan Berinvestasi Pada *Platform Peer to Peer Lending* Berbasis Syariah ?

2. Apakah Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*) berpengaruh terhadap Keinginan Berinvestasi Pada *Platform Peer to Peer Lending* Berbasis Syariah ?
3. Apakah Persepsi Kepercayaan berpengaruh terhadap Keinginan Berinvestasi Pada *Platform Peer to Peer Lending* Berbasis Syariah ?
4. Apakah Religiusitas Islam berpengaruh terhadap Keinginan Berinvestasi Pada *Platform Peer to Peer Lending* Berbasis Syariah ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang diungkapkan di atas, tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Keinginan Berinvestasi Pada *Platform Peer to Peer Lending* Berbasis Syariah
2. Menganalisis pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*) terhadap Keinginan Berinvestasi Pada *Platform Peer to Peer Lending* Berbasis Syariah
3. Menganalisis pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Keinginan Berinvestasi Pada *Platform Peer to Peer Lending* Berbasis Syariah
4. Menganalisis pengaruh Religiusitas Islam terhadap Keinginan Berinvestasi Pada *Platform Peer to Peer Lending* Berbasis Syariah

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat yaitu :

1. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan tempat untuk mempraktikkan ilmu yang telah didapatkan oleh penulis dan juga menjadi salah satu tugas dan syarat akademik bagi penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak)

## 2. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peningkatan ilmu pengetahuan dan wawasan, serta diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya.

## 3. Bagi Perusahaan *Peer to Peer Lending* Berbasis Syariah.

Diharapkan dapat digunakan sebagai masukan informasi perusahaan penyelenggara *Peer to Peer Lending* Berbasis Syariah agar dapat membantu mengembangkan layanan *Peer to Peer Lending* Berbasis Syariah.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan digunakan untuk menunjukkan alur atau langkah-langkah pemikiran dalam penelitian dimulai dari latar belakang penelitian hingga kesimpulan akhir penelitian. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan berisi penjelasan terkait dengan latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi tentang kajian pustaka penelitian yang meliputi landasan teori dan penelitian terdahulu yang dibahas dan diuraikan secara rinci yang kemudian dirumuskan dalam bentuk hipotesis penelitian dan model kerangka penelitian.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab metode penelitian penulis menjelaskan tentang populasi dan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data penelitian, pengukuran variabel, serta metode analisis data penelitian.

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

Dalam bab ini menunjukkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan peneliti dan menjelaskan hasil pengujian hipotesis-hipotesis penelitian menggunakan data yang diolah oleh program *Smart PLS*.

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab kesimpulan dan saran penulis menjabarkan kesimpulan yang telah didapatkan dari bab sebelumnya, serta memberikan beberapa saran yang ditujukan untuk berbagai pihak yang terkait.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

*Theory of planned behavior* (TPB) oleh Ajzen (1991) merupakan pengembangan atau modifikasi dari *Theory of reasoned action* (TRA) yang menjelaskan tentang hubungan antara sikap dengan perilaku dalam tindakan manusia. Inti dari *theory of planned behavior* mencakup tiga hal yaitu :

- a. Sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior)
- b. Norma subjektif (subjective norm)
- c. Kontrol perilaku yang dipersepsikan (perceived behavioural control)

Attitude toward behavior atau sikap terhadap perilaku ditentukan oleh keyakinan subjektif individu mengenai perilaku tersebut dan konsekuensi suatu perilaku. Seseorang akan memiliki intensi berperilaku jika ia memiliki keyakinan dan menganggap perilaku tersebut bermanfaat bagi dirinya.

norma subjektif merupakan sebuah persepsi individu terhadap harapan atau keinginan orang-orang yang dekat dan berpengaruh dalam kehidupan individu tersebut seperti keluarga teman dekat dan sebagainya mengenai

keharusan melakukan ataupun tidak melakukan suatu perilaku atau tindakan tertentu.

Perceived behavioral control atau persepsi individu atas kontrol perilaku merupakan persepsi seorang individu mengenai kemudahan atau kesulitan individu untuk melakukan sebuah perilaku atau tindakan tertentu. Persepsi ini ditentukan oleh keyakinan individu terhadap sumber daya berupa perlengkapan atau sarana yang memadai, kompetensi, dan kesempatan yang dapat mendukung atau menghambat terwujudnya suatu perilaku.

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

*Technology Acceptance Model* atau biasa disebut TAM merupakan salah satu dari beberapa teori yang berhubungan dengan penggunaan sistem teknologi informasi. TAM dianggap memiliki pengaruh yang kuat dan umumnya digunakan untuk memberikan penjelasan atas penerimaan penggunaan sistem teknologi informasi.

Menurut Davis (1989) TAM menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan yang merupakan suatu kepercayaan terhadap adanya teknologi baru yang memengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi. Model TAM juga memberikan dasar untuk mengetahui pengaruh faktor eksternal pada sikap dari penggunanya.



### **2.1.3 Investasi**

Investasi merupakan kegiatan untuk menunda konsumsi agar bisa mendapatkan nilai manfaat yang lebih besar di kemudian hari sesuai dengan yang diharapkan (Arifin, 2005). Investasi dapat dikatakan merupakan sebuah akad terhadap dana, aset, atau sumber daya lainnya yang dijalankan di masa sekarang, dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan di masa depan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa investasi adalah tindakan yang diambil oleh seseorang dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya saat ini untuk ditanamkan dengan tujuan agar sumber daya tersebut memiliki kenaikan nilai sehingga dapat menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang

### **2.1.4 Peer to Peer Lending Berbasis Syariah**

*Fintech peer to peer lending* atau biasa disebut dengan pinjam meminjam berbasis teknologi informasi menurut Peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016 adalah didefinisikan sebagai penyelenggaraan layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet (OJK, 2016).

Menurut Gomber et al (2018) *peer to peer lending* adalah model bisnis yang menggabungkan keuangan dan internet dengan mengumpulkan dana dari berbagai sumber dan meminjamkan dana

tersebut kepada mereka yang membutuhkan. *Peer to peer lending* juga digambarkan sebagai perantara melalui internet antara investor yang ingin menginvestasikan uangnya dengan manajer proyek yang membutuhkan dana (Milne & Parboteeah, 2016).

Bersamaan dengan perkembangan *fintech* konvensional, *fintech* Islami atau *fintech* berbasis Syariah juga mengalami perkembangan. Istilah '*Fintech* Islami' mengacu pada bisnis berbasis teknologi yang menyediakan layanan keuangan lanjutan atau produk berdasarkan skema sesuai syariah Islam (Wiryanto, 2018). Dalam *fintech Peer to Peer Lending* berbasis syariah nilai-nilai Islam tidak memungkinkan kreditur untuk mendapatkan keuntungan dari debitur dengan mengenakan bunga karena bertentangan dengan ajaran Islam yang dikenal sebagai riba (riba), perjudian, dan perdagangan beberapa produk atau industri yang dilarang (Najeeb, 2014). Konsep dari *peer to peer lending* berdasarkan prinsip Syariah sendiri merupakan suatu penyelenggaraan layanan pembiayaan berbasis teknologi guna untuk menjauhi dan mencegah praktik pembiayaan yang dilarang oleh hukum dan ajaran Islam (Baihaqi, 2018)

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 117/DSN-MUI/II/2018 Tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah, (2018) dalam layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip Syariah, para pihak wajib mematuhi pedoman umum sebagai berikut:

1. Penyelenggaraan layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi tidak boleh bertentangan dengan prinsip Syariah, yaitu antara lain terhindar dari riba, gharar, maysir, tadbis, dharar, zhulm, dan haram.
2. Akad baku yang dibuat penyelenggara wajib memenuhi prinsip keseimbangan, keadilan, dan kewajaran sesuai syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Akad yang digunakan oleh para pihak dalam penyelenggaraan layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi dapat berupa akad-akad yang selaras dengan karakteristik layanan pembiayaan, antara lain akad al-bai', ijarah, mudharabah, musyarakah, wakalah bi al ujah, dan qardh.
4. Penggunaan tanda tangan elektronik dalam sertifikat elektronik yang dilaksanakan oleh penyelenggara wajib dilaksanakan dengan syarat terjamin validitas dan autentikasinya sesuai perundang-undangan yang berlaku.
5. Penyelenggara boleh mengenakan biaya (ujrah/rusum) berdasarkan prinsip ijarah atas penyediaan sistem dan sarana prasarana layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi.
6. Jika informasi pembiayaan atau jasa yang ditawarkan melalui media elektronik atau diungkapkan dalam dokumen elektronik berbeda dengan kenyataan, maka pihak yang dirugikan memiliki hak untuk tidak melanjutkan transaksi.

### **2.1.5 Pengetahuan Investasi**

Pengetahuan adalah hasil dari indra manusia dan informasi yang didapatkan seseorang terhadap objek melalui indra yang dimilikinya (Fadzar et al., 2020). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui (kepandaian) yang berhubungan dengan hal. Dalam konteks ini seorang investor harus memiliki pengetahuan tentang investasi agar dapat menentukan langkah yang tepat dalam berinvestasi dan menghindari penipuan.

Menurut Mega Lestari (2019) pengetahuan investasi adalah pemahaman seseorang mengenai segala aspek yang berkaitan dengan investasi dimulai dari pengetahuan dasar investasi seperti pengertian investasi, jenis-jenis investasi, penilaian investasi, risiko investasi dan tingkat pengembalian investasi. Seorang investor harus memahami bahwa investasi selain memberikan manfaat juga mengandung risiko, dan keduanya harus diterima oleh investor (Doddy & Millah, 2020).

### **2.1.6 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)**

Persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai bentuk keyakinan di mana penggunanya dapat merasa atau berpendapat bahwa penggunaan sebuah layanan pada platform tersebut dapat dipelajari, dipahami, dan digunakan dengan mudah (Nurdin et al., 2020)

Kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah persepsi individu tentang kemudahan menggunakan teknologi. Jika ia merasa tidak perlu usaha keras untuk menggunakannya, maka teknologi tersebut dianggap

memiliki nilai kenyamanan yang tinggi, dan sebaliknya jika ia merasa perlu usaha keras untuk menggunakannya, maka teknologi tersebut dianggap memiliki nilai kenyamanan yang rendah (Ichwan & Kasri, 2019; Nurdin et al., 2020). *Peer to Peer Lending* perlu mendesain *platform*-nya agar dapat terlihat nyaman dan sebaik mungkin bagi pengguna agar lebih mudah mencari informasi yang mereka butuhkan khususnya untuk pengguna yang baru pertama kali berinvestasi di *platform Peer to Peer Lending*, kemudahan penggunaan dapat mengurangi rasa takut mereka akan kesulitan dan beban psikologis, di mana mendukung kepercayaan pada *platform Peer to Peer Lending*, (Sipangkar & Wijaya, 2020).

### **2.1.7 Persepsi Kepercayaan**

Kepercayaan dipengaruhi oleh latar belakang budaya, karakteristik pribadi dan pengalaman yang telah dijalaninya (Hofstede, 1984). Kepercayaan adalah karakteristik perbedaan individu yang mengacu pada kecenderungan umum seseorang untuk mempercayai orang lain (Mayer et al., 1995).

Kepercayaan individu untuk percaya sangat penting pada tahap awal menjalin hubungan baik, memverifikasi bahwa kecenderungan percaya merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kepercayaan awal konsumen terhadap *platform Peer to Peer Lending* (Sipangkar & Wijaya, 2020). Bagi pengguna yang baru pertama kali menggunakan *Peer to Peer Lending*, kepercayaan individu untuk percaya menjadi penting, karena tidak ada pengalaman bertransaksi.

### 2.1.8 Religiusitas Islam

Menurut Pemayun & Budiasih, (2018) tingkat kepercayaan seseorang terhadap nilai agamanya dapat disebut sebagai religiusitas. Dengan melihat seberapa dalam pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan ibadah, dan kaidah agama yang dimiliki oleh seseorang kita dapat mengetahui tingkat religiusitas mereka (Sofha & Utomo, 2018).

Religiusitas merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku seorang konsumen. Keimanan seorang konsumen dapat memengaruhi keputusan mereka dalam membeli sebuah produk ataupun jasa, di mana dalam penelitian ini seorang konsumen diibaratkan sebagai calon investor (*lender*) yang memutuskan apakah akan melakukan investasi pada *Peer to Peer Lending* berbasis syariah atau tidak.

### 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti & Tahun	Judul	Variabel Independen	Variabel Dependen	Hasil
1	I Gusti Ayu Agung Pradnya Dewi (2018)	Intensi Masyarakat Berinvestasi Pada <i>Peer to Peer Lending</i> : Analisis <i>Theory of Planned Behavior</i>	1. Sikap Terhadap Perilaku 2. Norma Subjektif 3. Persepsi Kontrol Perilaku	1. Niat Berinvestasi	1. Berpengaruh Signifikan 2. Berpengaruh Signifikan 3. Berpengaruh Signifikan
2	Ichwan, Rahmatina A. Kasri (2019)	<i>Why Are Youth Intent On Investing Through Peer to Peer Lending? Evidence From</i>	1. Persepsi Kegunaan 2. Persepsi Kemudahan Penggunaan 3. Persepsi Risiko	1. Niat Berinvestasi	1. Berpengaruh Signifikan 2. Berpengaruh Signifikan 3. Berpengaruh Signifikan 4. Tidak

		Indonesia	4. Persepsi Pengetahuan 5. Persepsi Kepercayaan		Berpengaruh Signifikan 5. Berpengaruh Signifikan
3	Muhammad Doddy, Zahrotul Millah (2019)	<i>The Influence Of Investment Knowledge On The Interest Of Students Investing In Peer to Peer Lending Syariah</i>	1. Pengetahuan Investasi	1. Ketertarikan Pada Investasi <i>Peer to Peer Lending</i>	1. Tidak Berpengaruh Signifikan
4	Harry Sipangkar, Chandra Wijaya (2020)	<i>Factors affecting intention to investing in peer-to-peer lending platform toward Universitas Indonesia students</i>	1. Risk Appetite 2. Kecenderungan Kepercayaan 3. Persepsi Kemudahan Penggunaan 4. Persepsi Keamanan 5. Persepsi Reputasi 6. Persepsi Legalitas Institusi	1. Niat Berinvestasi	1. Tidak Berpengaruh Signifikan 2. Tidak Berpengaruh Signifikan 3. Tidak Berpengaruh Signifikan 4. Berpengaruh Signifikan 5. Berpengaruh Signifikan 6. Tidak Berpengaruh Signifikan
5	Dewi Kusuma Wardhani, Anita Primastiwi, Agung Sulistio (2020)	Pengaruh Pengetahuan Etika & Religiusitas Islam Terhadap Penggunaan <i>Peer to Peer Lending</i> Berbasis Syariah	1. Pengetahuan Etika Islam 2. Religiusitas Islam	1. Penggunaan <i>Peer to Peer Lending</i> Berbasis Syariah	1. Berpengaruh Signifikan 2. Berpengaruh Signifikan
6	N. Nurdin, W.N. Aziza, R. Rusil	Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko	1. Pengetahuan 2. Kemudahan 3. Risiko	1. Minat Bertransaksi	1. Tidak Berpengaruh Signifikan 2. Berpengaruh

	(2020)	Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu			Signifikan 3. Berpengaruh Signifikan
7	A. Fadzar, A. Hidayat, I. Wijayanti (2020)	Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Fintech Lending Syariah</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan</li> <li>2. Persepsi Kemudahan Penggunaan</li> <li>3. Kepercayaan</li> <li>4. Risiko</li> </ol>	1. Minat Bertransaksi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak Berpengaruh Signifikan</li> <li>2. Berpengaruh Signifikan</li> <li>3. Berpengaruh Signifikan</li> <li>4. Tidak Berpengaruh Signifikan</li> </ol>

## 2.3 Hipotesis Penelitian

### 2.3.1 Pengetahuan Investasi

Investor harus memiliki pengetahuan investasi agar bijak dan cerdas dalam menentukan langkah yang tepat dalam berinvestasi dan agar dapat menghindari penipuan.

Dalam penelitian Doddy & Millah (2020) menjelaskan bahwa pengetahuan investasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat investasi menggunakan *Financial Technology Peer to Peer lending* berbasis



syariah. Dalam penelitiannya Doddy & Millah (2020) menjelaskan bahwa terdapat beberapa alasan mengapa pengetahuan investasi tidak berpengaruh signifikan yaitu antara lain belum adanya praktik langsung atau belum pernah melakukan investasi pada *platform Peer to Peer lending* berbasis syariah sehingga menimbulkan keraguan, lebih tertarik pada investasi pada sektor riil dibandingkan dengan *platform Peer to Peer lending* berbasis syariah, selain itu adanya pemikiran bahwa tidak atau belum membutuhkan investasi merupakan salah satu penyebabnya.

Hasil penelitian Fadzar et al. (2020) juga menunjukkan bahwa Pengetahuan tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology lending syariah

Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Pengetahuan Investasi tidak berpengaruh terhadap keinginan berinvestasi di *platform Peer to Peer Lending* berbasis Syariah

### **2.3.2 Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)**

Menurut teori TAM, sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi memiliki hubungan dengan faktor persepsi kemudahan penggunaan. Faktor persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada anggapan seorang individu bahwa sistem teknologi informasi yang tidak membutuhkan usaha lebih dan tidak merepotkan merupakan sistem teknologi informasi yang mudah digunakan.

Menurut Sipangkar & Wijaya (2020) perusahaan penyelenggara *Peer to Peer Lending* perlu mendesain platform *Peer to Peer Lending* mereka senyaman mungkin bagi pengguna agar lebih mudah dalam mencari informasi yang mereka butuhkan, khususnya untuk pengguna pertama yang berinvestasi di platform *Peer to Peer Lending*.

Ichwan & Kasri (2019) mengemukakan bahwa niat berinvestasi pada *Peer to Peer Lending* berkorelasi positif dan sangat dipengaruhi oleh sikap, sikap itu sendiri salah satunya dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Selain itu Fadzar et al. (2020) juga menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi menggunakan *Financial Technology lending* syariah

Berdasarkan studi yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Kemudahan penggunaan (*Ease of Use*) berpengaruh positif terhadap keinginan berinvestasi di platform *Peer to Peer Lending* berbasis Syariah.

### **2.3.3 Persepsi Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko tertentu (Lau & Lee, 1999). Adanya kepercayaan dalam sebuah hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen adalah salah satu faktor yang sangat penting untuk menciptakan rasa saling percaya, rasa aman, dan loyalitas. Menurut Ichwan & Kasri (2019) Variabel kepercayaan sangat penting

karena berkaitan dengan risiko keamanan, kebenaran informasi dan kerahasiaan sehingga kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap sikap untuk berinvestasi pada *Peer to Peer Lending*. Selain itu menurut Fadzar et al. (2020) Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan *Financial Technology lending syariah*

Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Persepsi Kepercayaan (*Trust*) berpengaruh positif terhadap keinginan berinvestasi di *platform Peer to Peer Lending* berbasis Syariah

#### **2.3.4 Religiusitas Islam**

Menurut Wardhani et al. (2020) religiusitas Islam merupakan seberapa besar tingkat keyakinan seseorang terhadap agama Islam. Menurut Aviyah & Farid (2014) internalisasi nilai agama dalam diri seseorang dapat disebut atau diartikan sebagai religiusitas. Religiusitas seorang individu terkadang selalu dikaitkan atau dihubungkan dengan pengambilan sebuah keputusannya. Hal ini dikarenakan aspek keagamaan merupakan salah satu faktor internal seseorang ketika melakukan suatu perilaku (Diana, 2017).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Harahap (2016) & Rastasari (2019) menyebutkan jika religiusitas berpengaruh positif terhadap penggunaan pembiayaan dengan konsep berbasis syariah. Menurut penelitiannya Wardhani et al. (2020) menyebutkan bahwa adanya

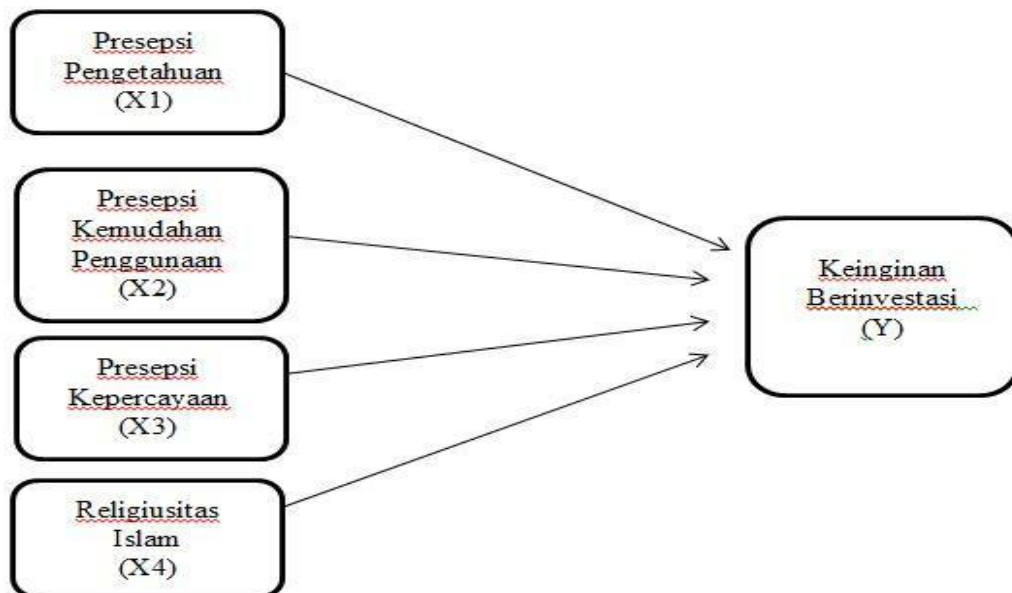
pengaruh positif antara religiusitas Islam dengan penggunaan *peer to peer lending* berbasis syariah.

Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 : Religiusitas Islam berpengaruh positif terhadap keinginan berinvestasi di *platform Peer to Peer Lending* berbasis Syariah

#### 2.4 Kerangka Penelitian

Model penelitian ini mengenai pengaruh pengetahuan investasi, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan, dan religiusitas Islam terhadap Keinginan berinvestasi



**Gambar 2.1**

**Model Kerangka Penelitian**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Populasi Dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berusia 18 sampai dengan 35 tahun atau disebut sebagai generasi milenial yang berada atau berdomisili di Wilayah Jawa Timur. Penelitian ini berfokus pada kaum milenial karena merupakan mayoritas pengguna internet di Indonesia. Dapat dipahami dengan baik bahwa milenium lebih dekat dengan teknologi daripada kelompok usia lainnya. Selain itu Jawa Timur merupakan salah satu Provinsi dengan jumlah penduduk yang paling banyak di Indonesia dengan lebih dari 40 juta penduduk, dan sekitar 25% penduduknya merupakan masyarakat dengan usia 18 sampai 35 tahun. Berdasarkan informasi tersebut peneliti memilih masyarakat yang berada di Wilayah Jawa Timur sebagai populasi pada penelitian ini yang diharapkan dapat membantu mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan metode tersebut maka kriteria-kriteria dalam penentuan responden yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Responden adalah masyarakat berusia 18 sampai dengan 35 tahun
2. Responden beragama Islam
3. Responden tinggal di wilayah Jawa Timur
4. Responden memiliki koneksi internet dan media sosial (*Facebook, Line, E-mail, WhatsApp, atau Instagram*)

### **3.2 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Data primer merupakan data yang digunakan langsung kepada pengguna data. Teknik pengambilan data primer menggunakan sebuah kuesioner. Kuesioner tersebut nantinya dibagikan kepada masyarakat yang berusia 18 sampai dengan 35 tahun/termasuk dalam generasi milenial yang berada di wilayah Jawa Timur.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data nantinya akan dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden yaitu masyarakat yang termasuk dalam generasi milenial/berusia 18 sampai dengan 35 tahun yang tinggal atau berada di Wilayah Jawa Timur. Kuesioner dalam bentuk *google form* dan nantinya akan disebarluaskan melalui media sosial, seperti Instagram, Line, Facebook, email dan WhatsApp.

### 3.4 Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan investasi, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan, dan religiusitas Islam sebagai variabel independen. Sedangkan keinginan berinvestasi pada *Peer to Peer Lending* berbasis Syariah sebagai variabel dependen.

Pengukuran variabel (pengetahuan investasi, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan, dan religiusitas Islam) akan menggunakan skala pengukuran *likert* yang memiliki rentan nilai dari 1 hingga 4. Rentan nilai skala tersebut bertujuan untuk mencegah responden untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan dengan pilihan netral. Nilai jawaban pada skala *likert* 1-4 tersebut terdiri dari :

- Nilai 4 berarti sangat setuju.
- Nilai 3 berarti setuju.
- Nilai 2 berarti tidak setuju.
- Nilai 1 berarti sangat tidak setuju.

### 3.5 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keinginan berinvestasi pada *platform Peer to Peer Lending* berbasis Syariah. Keinginan Berinvestasi pada *platform Peer to Peer Lending* berbasis Syariah dapat didefinisikan sebagai tindakan seseorang untuk melakukan transaksi investasi pada *platform Peer to Peer Lending* berbasis Syariah yang sudah dipilih. Pada penelitian ini keinginan berinvestasi dapat diukur

dengan indikator Ketertarikan Investasi (KB1), Keyakinan Berinvestasi (KB2), dan Rekomendasi (KB3)

### **3.6 Variabel Independen**

#### **3.6.1 Pengetahuan Investasi**

Pengetahuan Investasi ialah segala pengetahuan atau informasi mengenai investasi yang dimiliki seseorang yang kemudian dapat dijadikan sebagai dasar untuk melakukan investasi. Pengetahuan investasi dapat diukur dengan menggunakan indikator Pengetahuan Dasar Investasi (PI1), Pengetahuan Risiko Investasi (PI2), Pengetahuan Tingkat Pengembalian (PI3).

#### **3.6.2 persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)**

persepsi kemudahan penggunaan ialah persepsi di mana masyarakat dapat dengan mudah memahami dan menggunakan sistem yang ada pada *platform Peer to Peer lending* berbasis Syariah. persepsi kemudahan penggunaan dapat diukur dengan indikator Kejelasan Informasi (PKP1), Kerumitan Sistem (PKP2), Kejelasan Transaksi (PKP3), Kemudahan Penggunaan (PKP4)

#### **3.6.3 persepsi Kepercayaan**

persepsi Kepercayaan ialah suatu penilaian yang dimiliki oleh masyarakat terhadap produk dan transaksi yang ditawarkan oleh *platform Peer to Peer lending* berbasis Syariah yang memiliki ketidakpastian.



persepsi kepercayaan dapat diukur dengan indikator Keamanan (PK1), Penyelesaian Transaksi (PK2), Keandalan (PK3).

#### **3.6.4 Religiusitas Islam**

Tingkat religiusitas memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat terutama dapat membentuk pendapat dan keputusan mereka terhadap keinginan atau keputusan berinvestasi pada salah satu *platform* investasi yang ada. Religiusitas Islam dapat diukur dengan menggunakan indikator Tingkat Kedekatan Dengan Allah (RI1), Motif Dalam Berinvestasi (RI2), Berkah Yang Diharapkan (RI3), dan Ajaran Agama Islam (RI4).

### **3.7 Metode Analisis Data**

#### **3.7.1 Alat Analisis Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner online yang akan dibagikan melalui sosial media kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Setelah data terkumpul kemudian akan dilakukan analisis menggunakan analisis deskriptif untuk penggambaran karakteristik dari responden dalam penelitian seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan responden.

Sementara untuk pengujian data dan hipotesis penelitian dilakukan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat ukur *Partial Least Square* (PLS). SEM adalah sebuah teknik statistik yang digunakan untuk membangun dan menguji model statistik yang biasanya berupa

model kausal. SEM adalah teknik analisis data yang digunakan untuk menguraikan suatu konsep model dengan variabel laten yang diukur dengan menggunakan indikator-indikator. Sedangkan PLS atau *partial least square* merupakan salah satu jenis analisis SEM yang digunakan mengatasi beberapa permasalahan penelitian seperti ukuran data yang relatif kecil, sebaran data yang tidak normal, landasan teori yang lemah, dan hubungan antar variabel yang kompleks.

Analisis SEM-PLS dilakukan dengan dua langkah yaitu model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*)

### **3.7.2 Model Pengukuran (*Outer Model*)**

#### **3.7.2.1 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk menentukan kemampuan instrumen penelitian untuk mengukur apa yang harus diukur. Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Dalam uji validasi konvergen, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0,50 dan nilai outer loading di atas 0,70.

#### **3.7.2.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dari alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner atau instrumen penelitian. kuesioner dapat dikatakan reliabel

apabila kuesioner diujicobakan secara berulang dapat menghasilkan hasil pengukuran yang konsisten. Instrumen penelitian dapat disebut reliabel ketika nilai pada *composite reliability* dan nilai pada *Cronbach alpha* dari setiap indikator variabel di atas 0,70 (Ghozali, 2014).

### **3.7.3 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)**

Evaluasi model struktural atau *inner model* adalah model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antara variabel laten. Model struktural dapat dievaluasi dengan melihat persentase varian yang dijelaskan oleh nilai *R-square* untuk variabel dependen menggunakan uji *Goodnes of fit* (Ghozali & Latan, 2012).

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Pilot Study

Pilot study dilakukan dalam penelitian untuk menguji terkait dengan kejelasan kalimat pada setiap instrumen pertanyaan yang ada di dalam kuesioner. Sebelum kuesioner tersebut dibagikan pada responden sesungguhnya, kuesioner diuji coba terlebih dahulu dengan dibagikan hanya kepada beberapa responden untuk mengetahui *feedback* mereka terkait dengan kuesioner tersebut apakah setiap kalimat dan pertanyaan pada kuesioner tersebut sudah dapat dengan mudah dipahami dan jelas. Adapun hasil dari pelaksanaan *pilot study* ada di tabel berikut.

**Tabel 4.1**

**Profil Responden *Pilot Study***

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-Laki	6	60 %
Perempuan	4	40 %
<b>Total</b>	10	100 %
<b>Usia</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
18 – 25 tahun	7	70 %
26 – 30 tahun	2	20 %
31 – 35 tahun	1	10 %

<b>Total</b>	10	100 %
<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
Mahasiswa	6	60 %
Pegawai Swasta	2	20 %
PNS	1	10 %
Wirausaha	1	10 %
<b>Total</b>	10	100 %

Sumber : Data Pilot Study, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat sebesar 6 responden laki-laki dan 4 responden perempuan. Rentan usia pada 10 responden pada kuesioner *pilot study* ini mayoritas berasal dari kelompok usia 18-25 tahun yaitu sebesar 70% , diikuti dengan kelompok usia 26-30 tahun sebesar 20 % dan kelompok usia 31-35 sebesar 10 %. Mayoritas responden pada kuesioner ini adalah mahasiswa sebanyak 6 orang kemudian pegawai swasta sebanyak 2 orang, PNS sebanyak 1 orang dan Wirausaha sebanyak 1 orang.

**Tabel 4.2**  
**Hasil *Feedback Pilot Study***

<b>Responden</b>	<b><i>Feedback</i></b>
1	Pertanyaan sudah baik, tapi untuk gambaran penjelasan P2P agar diperbaiki lagi biar lebih jelas
2	Karena ini kuesioner untuk umum maka untuk bagian penjelasan tentang P2P dipersingkat dan diperjelas saja, karena biasanya responden akan malas membaca jika penjelasannya

	terlalu panjang
3	Pertanyaan agar diperbaiki lagi karena ada beberapa pertanyaan yang hampir sama sehingga agak membingungkan
4	Untuk bagian minat berinvestasi karena itu variabel dependen sebaiknya ditaruh di akhir saja
5	Sudah bagus dan mudah dimengerti
6	Ada beberapa typo tapi secara keseluruhan sudah baik
7	Karena kuesionernya tentang P2P Syariah sebaiknya penjelasan P2P nya dijelaskan yang Syariah saja agar nanti responden yang tidak tahu tentang P2P tidak bingung
8	Ada beberapa pertanyaan yang kalimatnya susah untuk dipahami
9	Sudah baik dan pertanyaan juga dapat dimengerti
10	Penjelasan dan pertanyaan sudah bagus tapi sebaiknya penyusunan kalimat pada beberapa pertanyaan diperbaiki lagi agar lebih mudah dimengerti

Sumber : Data *Pilot Study*, 2021

#### 4.2 Hasil Pengumpulan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berusia 18 sampai dengan 35 tahun atau disebut sebagai generasi milenial yang berada atau berdomisili di Wilayah Jawa Timur. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner dalam bentuk *google form* yang kemudian disebar online melalui media sosial. Total responden yang didapat dari penyebaran kuesioner secara online ini adalah 161 responden. Dari 161 responden yang diterima tersebut, hanya 143 kuesioner yang dapat digunakan oleh peneliti untuk penelitian ini, sedangkan 18 kuesioner tidak dapat digunakan karena tidak memenuhi syarat untuk dianalisis.

**Tabel 4.3**  
**Data kuesioner yang tersebar**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
kuesioner yang disebar	161	100
kuesioner yang tidak lengkap	18	11,2
kuesioner yang dapat diolah	143	88,8

Sumber : Data Primer, 2021

### **4.3 Deskripsi Responden**

#### **4.3.1 Jenis Kelamin**

Responden yang diterima dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dalam dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan.

**Tabel 4.4**  
**Jenis Kelamin Responden**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-laki	67	46,9
Perempuan	76	53,1
<b>Total</b>	143	100

Sumber : Data Primer, 2021

Tabel 4.4 menunjukkan dari 143 data responden yang diterima, terdapat sebanyak 76 orang atau 53,1 % responden berjenis kelamin perempuan dan 46,9 % sisanya yaitu 67 orang berjenis kelamin laki-laki.

#### **4.3.2 Usia**

Responden yang diterima dikelompokkan ke dalam tiga kelompok usia yaitu usia 18-25 tahun, 26-30 tahun, dan 31-35 tahun

**Tabel 4.5**  
**Usia Responden**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
18 – 25 tahun	89	62,2
26 – 30 tahun	28	19,6
31 – 35 tahun	26	18,2
<b>Total</b>	143	100

Sumber : Data Primer, 2021

Tabel 4.5 menunjukkan dari 143 data responden yang diterima, sebagian besar berasal dari kelompok usia 18-25 tahun yaitu sebanyak 89 orang atau 62,2% dari jumlah responden, kemudian diikuti dengan 19,6% responden berasal dari kelompok usia 26-30 yaitu sebanyak 28 orang tahun dan 18,2% responden berasal dari kelompok usia 31-35 tahun yaitu berjumlah 26 orang.

#### **4.3.3 Pekerjaan**

**Tabel 4.6**  
**Pekerjaan Responden**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Mahasiswa/pelajar	59	41,3
Dosen/guru	7	4,9
PNS	13	9,1
Wirasaha	15	10,5
Karyawan Swasta	30	21
Pegawai BUMN	1	0,7
Lainnya	18	12,6
<b>Total</b>	143	100

Sumber : Data Primer, 2021



Tabel 4.6 menunjukkan dari 143 data responden yang diterima, mayoritas pekerjaan responden adalah sebagai mahasiswa atau pelajar yaitu sebanyak 59 responden, selain itu terdapat responden dengan pekerjaan sebagai dosen atau guru sebanyak 7 responden, PNS 13 responden, wirausaha 15 responden, karyawan swasta 30 responden, pegawai BUMN 1 responden, dan responden yang memiliki pekerjaan lainnya sebanyak 18 responden.

#### 4.3.4 Pendapatan

**Tabel 4.7**  
**Pendapatan Responden**

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
< Rp. 1.000.000	63	44,1
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000	27	18,9
Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000	33	23
Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000	16	11,2
>Rp. 10.000.000	4	2,8
<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer, 2021

Tabel 4.7 menunjukkan dari 143 data responden yang diterima, sebagian besar responden memiliki pendapatan sebesar < Rp. 1.000.000 yaitu sebanyak 63 responden, kemudian diikuti dengan 27 responden memiliki pendapatan sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000, 33 responden memiliki pendapatan sebesar Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000, 16 responden memiliki pendapatan sebesar Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000, dan 4 responden memiliki pendapatan sebesar >Rp. 10.000.000.

#### 4.4 Statistik Deskriptif

Dalam statistik deskriptif menampilkan nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi atas setiap jawaban responden dari masing-masing variabel dalam penelitian. Hasil dari statistik deskriptif dapat dilihat dalam tabel 4.8.

**Tabel 4.8**  
**Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
PI	143	1,000	4,000	3,770	0,514
PKP	143	1,000	4,000	3,460	0,732
PK	143	1,000	4,000	3,217	0,679
RI	143	1,000	4,000	3,676	0,534
KB	143	1,000	4,000	3,198	0,740

Sumber : Hasil olah data, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.8 pada semua variabel baik pada variabel pengetahuan investasi, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan, religiusitas Islam, dan keinginan berinvestasi memiliki nilai minimum dan maksimum yang sama yaitu nilai minimum 1 (sangat tidak setuju) dan nilai maksimum 4 (sangat setuju).

Nilai *mean* dalam tabel 4.8 menunjukkan nilai rata-rata atas jawaban responden terhadap item pertanyaan-pertanyaan di setiap variabel. Pada tabel di atas memperlihatkan bahwa nilai mean pada setiap variabel yang

ada berada di atas 3,00 yang berarti rata-rata responden setuju dengan setiap item pertanyaan yang diajukan pada variabel penelitian.

Nilai standar deviasi adalah nilai yang menunjukkan rata-rata penyimpangan data dari *mean*. Jika nilai standar deviasi lebih kecil dari *mean* berarti data tersebut bersifat homogen yang artinya memiliki tingkat penyimpangan yang rendah dan sebaliknya apabila nilai standar deviasi lebih besar dari *mean* maka data tersebut bersifat heterogen yang berarti memiliki tingkat penyimpangan yang rendah. Dalam tabel di atas menunjukkan bahwa setiap variabel yang diuji nilai standar deviasinya lebih kecil dibandingkan dengan nilai *mean*. Hal ini berarti data pada semua variabel bersifat homogen dan memiliki tingkat penyimpangan yang rendah.

#### **4.5 Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)**

##### **4.5.1 Uji Validitas**

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan uji validitas konvergen dan diukur dengan menggunakan *software Smart PLS 3.2.9*. Uji ini digunakan untuk menguji ketepatan sebuah indikator alat ukur, dalam hal ini adalah kuesioner. Uji validitas konvergen ini dapat dilihat melalui nilai outer loading dari masing-masing instrumen dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Untuk dapat memenuhi uji validitas dan alat ukur dapat dikatakan valid, maka nilai dari outer loading harus lebih besar dari 0,70 dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* harus lebih besar dari 0,50

(Ghozali & Latan, 2012). Hasil uji validitas dapat dilihat dari tabel berikut.

**Tabel 4.9**  
**Nilai *Outer Loading* dan AVE**

<b>Variabel</b>	<b>Item</b>	<b><i>Outer Loading</i></b>	<b><i>AVE</i></b>
Pengetahuan Investasi	PI1	0,832	0,706
	PI2	0,817	
	PI3	0,893	
	PI4	0,816	
Kemudahan Penggunaan	PKP1	0,824	0,567
	PKP2	0,718	
	PKP3	0,715	
	PKP4	0,751	
Kepercayaan	PK1	0,898	0,846
	PK2	0,929	
	PK3	0,933	
Religiusitas Islam	RI1	0,767	0,630
	RI2	0,786	
	RI3	0,826	
	RI4	0,795	
Keinginan Berinvestasi	KB1	0,917	0,821
	KB2	0,908	
	KB3	0,893	

Sumber : Hasil olah data, 2021

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai *outer loading* pada alat ukur penelitian sudah memenuhi uji validitas konvergen yaitu nilai *outer loading*nya lebih besar dari 0,70 dan nilai dari *Average Variance Extracted (AVE)* pada semua variabel pada penelitian ini lebih besar dari 0,50 dan memenuhi nilai yang disarankan. Dengan demikian hal ini berarti bahwa semua indikator telah valid dan telah memenuhi uji validitas.

#### **4.5.2 Uji Reliabilitas**

Dalam PLS, uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat nilai dari

*composite reliability*. Sebuah variabel dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *composite reliability* yang tinggi atau nilai *composite reliability*-nya di atas 0,70. Selain itu uji reliabilitas juga didukung dan diperkuat dengan adanya *Cronbach's Alpha* di mana konsistensi setiap jawaban diujikan. Apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* di atas 0,60 maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut reliabel (Ghozali & Latan, 2012). Hasil nilai *composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.10**  
**Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha***

<b>Variabel</b>	<b><i>Composite Reliability</i></b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>
Pengetahuan Investasi	0,905	0,863
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,839	0,753
Persepsi Kepercayaan	0,943	0,909
Religiusitas Islam	0,872	0,807
Keinginan Berinvestasi	0,932	0,891

Sumber : Hasil olah data, 2021

Berdasarkan data pada tabel 4.10 di atas memperlihatkan nilai pada *composite reliability* untuk semua variabel berada di atas 0,70 dengan nilai terendah sebesar 0,839 yaitu terdapat pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan. Selain itu, pada tabel di atas juga menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk semua variabel juga berada di atas 0,60 yang artinya setiap jawaban yang digunakan untuk menguji semua variabel

memiliki nilai konsistensi jawaban yang tinggi. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan semua variabel dalam penelitian ini telah memenuhi uji reliabilitas dan dapat dikatakan reliabel.

#### 4.6 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural atau *inner model* merupakan tahapan yang dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel. Analisis model struktural atau *inner model* dilakukan dengan melihat nilai  $R^2$  (*R-Square*) untuk mengetahui jumlah atau persentase total variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Kemudian setelah itu, dilakukan uji *Goodness of fit* untuk memvalidasi model struktural secara keseluruhan. Tabel 4.10 ditunjukkan hasil nilai dari  $R^2$  (*R-Square*).

**Tabel 4.11**  
**Nilai R-Square**

	<b>R-Square</b>
Keinginan Berinvestasi	0,489

Sumber : Hasil olah data, 2021

Pada tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai dari *R-Square* untuk variabel keinginan berinvestasi (KB) adalah sebesar 0,489. Hasil tersebut menjelaskan bahwa 48,9% variabel keinginan berinvestasi pada *platform peer to peer lending* berbasis Syariah dipengaruhi oleh variabel Pengetahuan Investasi, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kepercayaan, dan Religiusitas Islam sedangkan sisanya yaitu 51,1%

dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian atau variabel yang tidak diteliti.

#### 4.6.1 Uji Goodness of Fit (GoF)

Selanjutnya pada evaluasi model struktural tahap akhir dilakukan uji *Goodness of fit* (GoF). nilai pada Gof berkisar antara 0 sampai 1. Kriteria dari nilai *goodness of fit* adalah : nilai 0,1 ( GoF kecil), 0,25 (GoF sedang / moderat, 0,35 (GoF tinggi). Berikut merupakan rumus dari uji *goodness of fit* :

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{average Com} \times \text{average R}^2}$$

$$\text{GoF} = \sqrt{0,714 \times 0,489}$$

$$\text{GoF} = 0,590$$

Nilai dari uji GoF yang diperoleh adalah sebesar 0,590 yang berarti model dalam penelitian ini valid dan memiliki kemampuan yang tinggi dalam menjelaskan data empiris.

#### 4.6.2 Pengujian Hipotesis

Dalam melakukan sebuah pengujian hipotesis, nilai yang dianalisis adalah nilai dari koefisien *original sample* yang menggambarkan adanya hubungan positif atau negatif pada variabel yang diuji. Selain itu untuk melihat pengaruh antar variabel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan nilai *t-statistic* yang akan dibandingkan dengan nilai *t-table*

yaitu 1,96 dan nilai *p-values* dengan taraf signifikansi sebesar  $\alpha = 5\%$ .

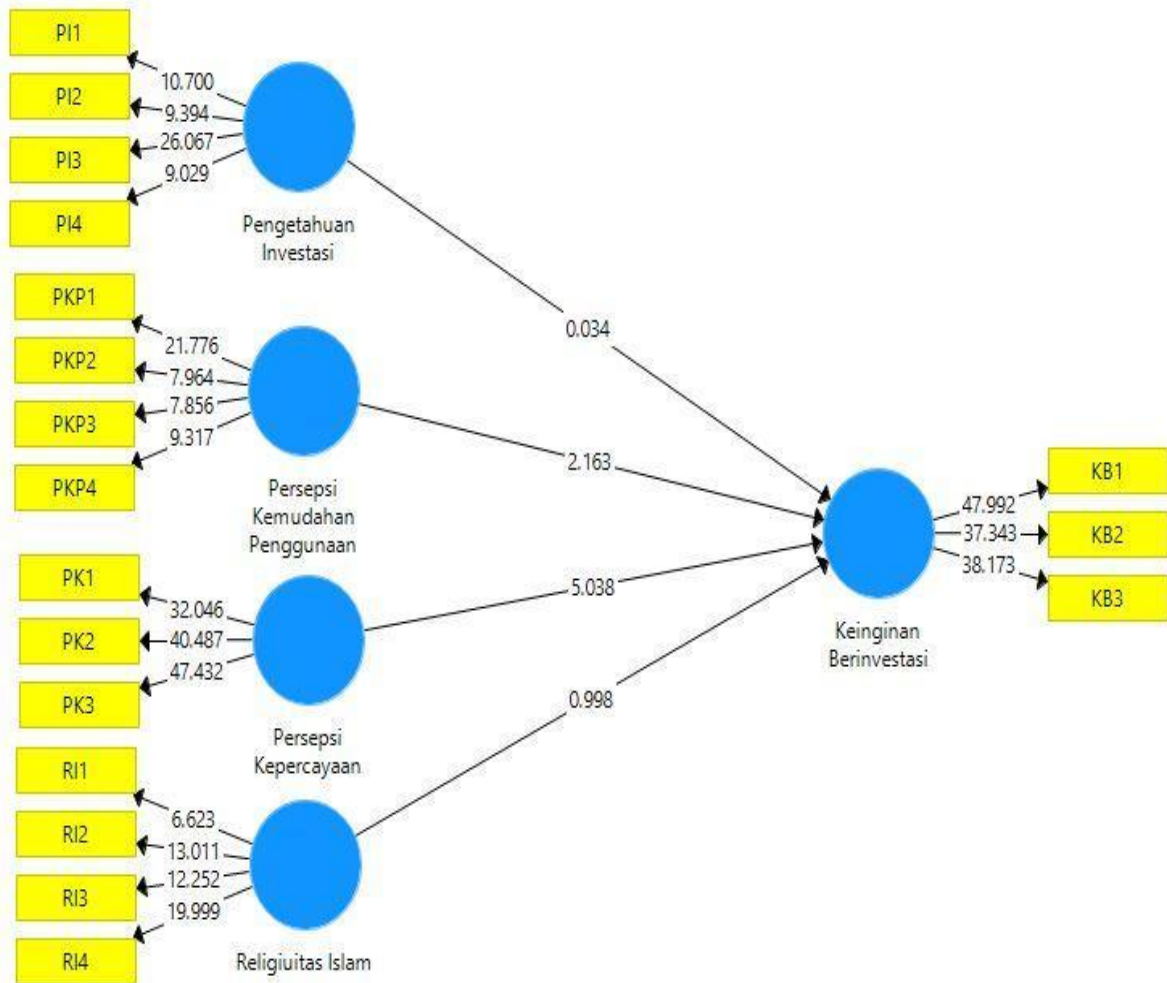
Hasil pengolahan data disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Hipotesis**

<b>Hipotesis</b>		<i>Original Sample (O)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T-Statistic (O/STDEV)</i>	<i>P-Values</i>	<b>Hasil</b>
<b>Var. Independen =&gt; Var. Dependen</b>						
<b>H1</b>	Pengetahuan Investasi => Keinginan Berinvestasi	0,003	0,091	0,034	0,973	Diterima
<b>H2</b>	Persepsi Kemudahan Penggunaan => Keinginan Berinvestasi	0,200	0,093	2,163	0,031	Diterima
<b>H3</b>	Persepsi Kepercayaan => Keinginan Berinvestasi	0,524	0,104	5,038	0,000	Diterima
<b>H4</b>	Religiusitas Islam => Keinginan Berinvestasi	0,095	0,096	0,998	0,319	Ditolak

Sumber : Hasil Olah Data, 2021





**Gambar 4.1**  
**Hasil Kerangka Penelitian**

Activate V  
 Go to Setting

## 4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

### 4.7.1 Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Keinginan Berinvestasi

Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa pengetahuan investasi tidak berpengaruh positif terhadap keinginan berinvestasi pada *peer to peer lending* berbasis Syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai *original sample* 0,03, nilai *t-statistic* sebesar 0,034, dan nilai *p-value* sebesar 0,973. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif tetapi tidak signifikan antara variabel pengetahuan investasi dengan keinginan berinvestasi. *Original sample* bernilai 0,03 yang artinya variabel tersebut memiliki pengaruh positif namun nilai *t-statistic* sebesar 0,034 yang berarti nilai tersebut kurang dari nilai tabel yaitu 1,96 sehingga menunjukkan hasil yang tidak signifikan selain itu nilai *p-value* sebesar 0,973 artinya melebihi 5% maka variabel pengetahuan investasi dianggap tidak berpengaruh terhadap keinginan berinvestasi. Berdasarkan dari hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima.

Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Doddy & Millah (2020) yang juga menyebutkan bahwa pengetahuan investasi yang dimiliki seseorang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan atau minat seseorang untuk berinvestasi pada *platform peer to peer lending*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keinginan berinvestasi pada *platform peer to peer lending* yang dimiliki seorang individu khususnya pada populasi penelitian ini yaitu masyarakat generasi milenial tidaklah dipengaruhi oleh seberapa banyak pengetahuan mengenai investasi yang dimiliki individu tersebut.

#### **4.7.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of use*) terhadap Keinginan Berinvestasi**

Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keinginan berinvestasi pada *peer to peer lending* berbasis Syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai *original sample* 0,200, nilai *t-statistic* sebesar 2,163, dan nilai *p-value* sebesar 0,031. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan dengan keinginan berinvestasi. *Original sample* bernilai 0,200 yang artinya variabel tersebut memiliki pengaruh positif, nilai *t-statistic* sebesar 2,163 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari nilai tabel yaitu 1,96 sehingga menunjukkan hasil yang signifikan selain itu nilai *p-value* sebesar 0,031 artinya kurang 5% maka variabel persepsi kemudahan penggunaan dianggap berpengaruh terhadap keinginan berinvestasi. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima.

Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fadzar et al. (2020) yang menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan terkait persepsi kemudahan penggunaan dengan minat

bertransaksi dengan menggunakan *peer to peer lending* berbasis Syariah. Dengan demikian dapat disimpulkan semakin mudah *platform peer to peer lending* berbasis Syariah digunakan maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap keinginan berinvestasi seorang individu. Hal ini dikarenakan kemudahan penggunaan *platform* tersebut dan cara bertransaksi akan membuat penggunanya merasa dimudahkan.

#### **4.7.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Keinginan Berinvestasi**

Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap keinginan berinvestasi pada *peer to peer lending* berbasis Syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai original sample 0,524, nilai *t-statistic* sebesar 5,038, dan nilai *p-value* sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel persepsi kepercayaan dengan keinginan berinvestasi. *Original sample* bernilai 0,524 yang artinya variabel tersebut memiliki pengaruh positif, nilai *t-statistic* sebesar 5,038 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari nilai tabel yaitu 1,96 sehingga menunjukkan hasil yang signifikan dan itu nilai *p-value* sebesar 0,000 artinya kurang 5% maka variabel persepsi kepercayaan dianggap berpengaruh terhadap keinginan berinvestasi. Berdasarkan dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Hipotesis ketiga (H3) diterima.

Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fadzar et al. (2020) yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel

kepercayaan memiliki pengaruh positif minat bertransaksi menggunakan *peer to peer lending* berbasis Syariah. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ichwan & Kasri (2019) juga menyebutkan bahwa jika seorang individu memiliki level kepercayaan yang tinggi pada sebuah platform, itu berarti mereka mengetahui tentang risiko dan keuntungan dari sebuah investasi. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kepercayaan dapat menaikkan kesediaan masyarakat generasi milenial untuk berinvestasi pada *platform peer to peer lending* berbasis Syariah.

#### **4.7.4 Pengaruh Religiusitas Islam terhadap Keinginan Berinvestasi**

Hipotesis keempat (H4) menyatakan bahwa religiusitas Islam berpengaruh positif terhadap keinginan berinvestasi pada *peer to peer lending* berbasis Syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai *original sample* 0,095, nilai *t-statistic* sebesar 0,998, dan nilai *p-value* sebesar 0,319. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif tetapi tidak signifikan antara variabel religiusitas Islam dengan keinginan berinvestasi. *Original sample* bernilai 0,095 yang artinya variabel tersebut memiliki pengaruh positif, nilai *t-statistic* sebesar 0,998 yang berarti nilai tersebut kurang dari nilai tabel yaitu 1,96 sehingga menunjukkan hasil yang tidak signifikan selain itu nilai *p-value* sebesar 0,319 artinya nilai tersebut berada di atas 5% maka variabel religiusitas Islam dianggap tidak berpengaruh terhadap keinginan berinvestasi. Berdasarkan dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H4) ditolak.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Wardhani et al. (2020) yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *peer to peer lending* berbasis Syariah. Perbedaan ini kemungkinan dapat disebabkan oleh masyarakat generasi milenial lebih tertarik berinvestasi dengan pertimbangan keuntungan materi yang mungkin didapatkan dibandingkan dengan meninjaunya dari nilai Syariah-nya. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa religiusitas Islam seorang individu belum bisa memengaruhi keinginan berinvestasi pada *peer to peer lending* berbasis Syariah.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi keinginan untuk berinvestasi pada *platform peer to peer lending* berbasis Syariah. Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengetahuan investasi (X1) tidak berpengaruh terhadap keinginan berinvestasi pada *platform peer to peer lending* berbasis Syariah.
2. Persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*) (X2) berpengaruh positif terhadap keinginan berinvestasi pada *platform peer to peer lending* berbasis Syariah.
3. Persepsi kepercayaan (X3) berpengaruh positif terhadap keinginan berinvestasi pada *platform peer to peer lending* berbasis Syariah.
4. Religiusitas Islam (X4) tidak berpengaruh terhadap keinginan berinvestasi pada *platform peer to peer lending* berbasis Syariah

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan yang kemungkinan dapat memengaruhi hasil dari penelitian ini. Berikut merupakan keterbatasan dalam penelitian ini :

1. Penelitian ini dilakukan dengan objek responden yang terbatas jumlahnya yaitu 143 responden. Selain itu mayoritas responden berasal dari beberapa kota yang sama sehingga hasil penelitian belum bisa merepresentasikan kondisi keseluruhan wilayah populasi yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu Jawa Timur.
2. Penelitian ini hanya empat variabel independen yang diujikan yaitu pengetahuan investasi, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan, dan religiusitas Islam. Sementara itu masih terdapat banyak lagi variabel lainnya yang belum diujikan yang kemungkinan dapat memengaruhi keinginan berinvestasi pada *platform peer to peer lending* berbasis Syariah.

### **5.3 Implikasi Penelitian**

1. Bagi penyelenggara platform peer to peer lending berbasis Syariah

Dengan melakukan penelitian terkait dengan faktor-faktor yang dapat memengaruhi keinginan berinvestasi pada *platform peer to peer lending* berbasis Syariah, diharapkan penyelenggara platform dapat selalu meningkatkan kemudahan penggunaan platform tersebut agar dapat membantu memudahkan para penggunanya, menjaga kepercayaan pengguna dengan menjaga keamanan data, meningkatkan sistem agar dapat menyelesaikan transaksinya dengan baik sehingga ke depannya dapat menarik minat para calon investor untuk berinvestasi pada *platform peer to peer lending* berbasis Syariah.



## 2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk penelitian selanjutnya terutama tentang keinginan berinvestasi pada *platform peer to peer lending* berbasis Syariah. Penelitian ini akan memberikan informasi tentang referensi literatur yang dapat membantu para peneliti yang membahas dan meneliti lebih lanjut tentang minat investasi pada *peer to peer lending* berbasis Syariah.

### 5.4 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah saran peneliti untuk penelitian-penelitian selanjutnya dengan harapan penelitian selanjutnya dapat mendapatkan hasil yang lebih baik :

1. Metode pengumpulan data dalam penelitian selanjutnya diharapkan dapat ditingkatkan dengan tidak hanya menyebarkan kuesioner secara online tetapi juga dapat melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang dirasa dapat menjadi narasumber potensial demi mendapat hasil yang lebih baik serta objektif ketika melakukan penelitian dengan topik yang serupa.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah respondennya sehingga dapat meningkatkan jumlah sampel sesuai dengan kebutuhan peneliti dan agar hasil penelitian dapat sesuai dengan yang ingin dicapai peneliti.

3. Penelitian ini secara tidak langsung menjelaskan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi keinginan seseorang untuk berinvestasi pada *peer to peer lending* berbasis Syariah. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel baru selain yang digunakan dalam penelitian ini.
4. Dari empat variabel independen yang diuji, terdapat satu variabel independen yang hasilnya tidak sama dengan hipotesa awal yaitu variabel religiusitas Islam. Berdasarkan perbedaan tersebut peneliti merasa perlu adanya pengajian ulang untuk penelitian selanjutnya untuk membuktikan apakah generasi milenial memang lebih tertarik berinvestasi dengan pertimbangan keuntungan materi yang mungkin didapatkan dibandingkan dengan meninjaunya dari nilai Syariah-nya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior And Human Decision Processes*. 50, 179–211.
- Arifin, Z. (2005). *Teori Keuangan dan Pasar Modal. Yogyakarta : EKONISIA*.
- Aviyah, E., & Farid, M. (2014). *Religiusitas, Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja. Persona, Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(02), 126–129.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30996/persona.v3i02.376>
- Baihaqi, J. (2018). *Financial Technology Peer-To-Peer Lending Berbasis Syariah Di Indonesia. TAWAZUN : Journal of Sharia Economic Law*, 1(2), 116–132.  
<https://doi.org/10.21043/tawazun.v1i2.4979>
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, 1 (2017). <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/financial-technology/default.aspx>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(03), 319–340.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewi, I. G. A. A. P. (2018). *Intensi Masyarakat Berinvestasi Pada Peer To Peer Lending: Analisis Theory of Planned Behavior. Jurnal Ilmiah Akuntansi & Bisnis*, 3(2), 118–132.  
<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/2113>

- Diana, A. R. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Etika, Religiusitas dan Love of Money terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi* [Universitas Negeri Yogyakarta]. <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/57303>
- Doddy, M., & Millah, Z. (2020). The Influence Of Investment Knowledge On The Interest Of Students Investing In Peer To Peer Lending Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 20–33.  
<https://doi.org/10.46899/jeps.v7i2.112>
- Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 117/DSN-MUI/II/2018 Tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah, 14 (2018).  
<https://drive.google.com/file/d/1qCu2X6MTIFnYqK22eMx7uFL53AXBT9Vo/view>
- Fadzar, A. N., Hidayat, A. R., & Wijayanti, I. M. (2020). Pengaruh Pengetahuan , Persepsi Kemudahan Penggunaan , Kepercayaan dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Fintech Lending Syariah. *Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 583–586.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/syariah.v6i2.23089>
- Fahmi, I. (2015). *Manajemen Investasi* (Edisi 2). Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2014). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas

Diponegoro.

- Gomber, P., Kauffman, R. J., Parker, C., & Weber, B. W. (2018). Institutional Knowledge at Singapore Management University On the Fintech revolution : Interpreting the forces of innovation , disruption and transformation in financial services On the Fintech Revolution : Interpreting the Forces of Innovation , Disrupti. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 220–265. <https://doi.org/doi:10.1080/07421222.2018.1440766>
- Harahap, F. H. S. (2016). Analisis Pengaruh Religiusitas Dan Pendapatan Usaha Nasabah Serta Margin Bank. *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Hofstede, G. (1984). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values* (First Edit). SAGE Publications, Inc.
- Huei, C. T., Cheng, L. S., Seong, L. C., Khin, A. A., & Leh Bin, R. L. (2018). Preliminary study on consumer attitude towards fintech products and services in malaysia. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(2), 166–169.  
<https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.29.13310>
- Ichwan, I., & Kasri, R. (2019). Why Are Youth Intent on Investing Through Peer To Peer Lending? Evidence From Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4), 741–762.  
<https://doi.org/10.21098/jimf.v5i4.1157>
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 4, 341–370.

- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, 20(03), 709–734. <https://doi.org/10.2307/258792>
- Mega Lestari, N. P. (2019). Pemahaman Generasi Milenial Berinvestasi di Peer to Peer Lending. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(3), 17. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i3.2229>
- Milne, A., & Parboteeah, P. (2016). The Business Models and Economics of Peer-to-Peer Lending. In *SSRN Electronic Journal* (Issue 17). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2763682>
- Muhammad, R., Fakhrunnas, F., & Hanun, A. K. (2021). The Determinants of Potential Failure of Islamic Peer-to-Peer Lending: Perceptions of Stakeholders in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 981–992. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0981>
- Najeeb, S. F. (2014). Trading in Islam: Shari‘ah Rules and Contemporary Applications in Islamic Financial Transactions. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 2(2), 41–66. <https://doi.org/10.24191/jeeir.v2i2.9624>
- Nguyen, D. D., Dinh, H. C., & Van Nguyen, D. (2020). Promotion of fintech application for the modernization of banking-finance system in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 127–131. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO6.127>
- Nurdin, Winda Nur Azizah, & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan

dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial  
Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199–222.  
<https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77 /POJK.01/2016 Tentang Laanan  
Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, Otoritas Jasa  
Keuangan 1 (2016). <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL - POJK Fintech.pdf>

Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Statistik Perkembangan Fintech Lending Periode  
Juni 2019*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-Juni-2019.aspx>

Pemayun, A. A. G. A. W., & Budiasih, I. G. A. N. (2018). Pengaruh Religiusitas,  
Status Sosial Ekonomi dan Love Of Money Pada Persepsi Etis Mahasiswa  
Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(2), 1600–1628.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v23.i02.p30>

Rastasari, A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Bagi Hasil Dan Kemudahan Akses  
Terhadap Keputusan Masyarakat Mengambil Pembiayaan Di Koperasi  
Syariah. *SIMBA*, 819–833.

Reuters, T. (2018). Global Islamic Economy Report 2018/19. *Dubai International  
Financial Centre*. [https://www.iedcdubai.ae/wp-content/uploads/2019/02/SGIE-Report-2018-19\\_Eng\\_1540649428.pdf](https://www.iedcdubai.ae/wp-content/uploads/2019/02/SGIE-Report-2018-19_Eng_1540649428.pdf)

- Sipangkar, H., & Wijaya, C. (2020). Factors affecting intention to investing in peer-to-peer lending platform toward Universitas Indonesia students. *International Journal of Management*, 11(5), 751–763.  
<https://doi.org/10.34218/IJM.11.5.2020.067>
- Sofha, D., & Utomo, D. (2018). Keterkaitan Religiusitas , Gender , LOM Dan Persepsi Etika Penggelapan Pajak. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan*, 9(2), 44–62.
- Wardhani, D. K., Primastiwi, A., & Sulistio, A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Etika & Religiusitas Islam Terhadap Penggunaan Peer To Peer Lending Berbasis Syariah. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 12(1), 100–110. <https://doi.org/10.24127/jf.v3i2.529>
- Wiryanto, W. (2018). the Comparison of Unescap’S Characteristics of Good Governance and Islamic Characteristics of Governance for Public Services Reform in Indonesia. *Hasanuddin Economics and Business Review*, 2(2), 123–141. <https://doi.org/10.26487/hebr.v2i2.1545>
- Wulandari, F. E. (2018). Peer To Peer Lending Dalam Pojk, Pbi Dan Fatwa Dsn Mui. *Ahkam: Jurnal Hukum Islam*, 6(2), 241–266.  
<https://doi.org/10.21274/ahkam.2018.6.2.241-266>



## LAMPIRAN 1

### KUESIONER PENELITIAN

Assalamualikum Wr. Wb.

Perkenalkan, saya Muhammad Ega Prawoto, mahasiswa Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia angkatan 2017. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas akhir sebagai syarat kelulusan S1 Akuntansi dengan topik penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Memengaruhi Keinginan Berinvestasi Pada *Platform Peer to Peer Lending* Berbasis Syariah”.

*Peer to peer lending* berbasis Syariah merupakan penyelenggaraan layanan jasa keuangan yang mempertemukan peminjam (*borrower*) yang membutuhkan dana untuk modal usaha dengan pemberi pinjaman (*lender*) yang meminjamkan dana untuk berinvestasi dan mengharapkan pengembalian kompetitif melalui sebuah platform online untuk melakukan perjanjian pinjam meminjam berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah yang dimaksud adalah menggunakan akad Syariah dan terbebas dari praktik atau transaksi yang dilarang oleh hukum Islam.

Contoh dari penyelenggara layanan *Peer to peer lending* berbasis syariah yaitu : Investree, Ammana.id, Dana Syariah, Qazwa, Alami, dll.

Peneliti memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara untuk kesediannya mengisi kuesioner berikut ini. Seluruh data dan informasi responden hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan tidak akan digunakan untuk kepentingan lainnya sehingga identitas dan jawaban Bapak/Ibu/Saudara akan dijamin kerahasiaannya.

Adapun kriteria responden sebagai berikut :

1. Berusia 18 sampai dengan 35 tahun
2. Beragama Islam
3. Berasal atau berdomisili di Jawa Timur
4. Memiliki koneksi internet atau media sosial (Facebook, Line, email, WhatsApp dan Instagram)

Atas kesediaan waktu dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih. Apabila ada pertanyaan terkait dengan kuesioner ini, dapat menghubungi melalui

Email : [17312038@students.uii.ac.id](mailto:17312038@students.uii.ac.id)

WhatsApp : 081336513758

Wassalamu'alaikum.Wr.Wb

## I. Profil Responden

1. Nama (Boleh Inisial) :
2. Tempat Tinggal (Kota) :
3. Umur :  25 tahun  
 30 tahun  
 35 tahun
4. Jenis Kelamin :  Pria  Wanita
5. Pekerjaan :  PNS  Karyawan Swasta  
 Dosen / Guru  Karyawan BUMN  
 Wirausaha  Mahasiswa  
 Lainnya
6. Pendapatan :  
 < 1.000.000  
 1.000.000 – 2.500.000  
 2.500.000 – 5.000.000  
 5.000.000 – 10.000.000  
 > 10.000.000

## II. Isilah kuesioner ini dengan menandai (X) atau ceklis (✓) pada salah satu jawaban yang Anda pilih di kolom yang telah tersedia

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Pengetahuan Investasi (X1)					
No	Item pernyataan	1	2	3	4
		STS	TS	S	SS
1	Sebagai calon Investor, pengetahuan dasar tentang investasi sangat penting.				
2	Sebagai calon investor penting untuk mengetahui platform investasi yang akan digunakan.				
3	Sebagai calon investor sebelum saya saya berinvestasi, sebaiknya saya memahami tentang apa itu risiko investasi				
4	Pengetahuan tentang tingkat pengembalian ( <i>return</i> ) penting untuk diketahui ketika akan melakukan investasi.				

Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)					
No	Item pernyataan	1	2	3	4
		STS	TS	S	SS
1	Informasi yang mudah dimengerti pada sebuah platform investasi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam keputusan berinvestasi.				
2	Saya merasa proses transaksi pada <i>platform</i> investasi yang tidak berbelit-belit merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam keputusan				

	berinvestasi..				
3	Petunjuk yang jelas pada <i>platform</i> investasi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam keputusan berinvestasi.				
4	Saya merasa <i>platform</i> investasi yang mudah digunakan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam keputusan berinvestasi..				

#### Persepsi Kepercayaan (X3)

No	Item pernyataan	1	2	3	4
		STS	TS	S	SS
1	Saya percaya <i>platform peer to peer lending</i> berbasis Syariah aman untuk digunakan.				
2	Saya percaya <i>platform peer to peer lending</i> berbasis Syariah dapat menyelesaikan transaksi dengan baik.				
3	Saya merasa <i>platform peer to peer lending</i> berbasis Syariah dapat diandalkan.				

#### Religiusitas Islam (X4)

No	Item pernyataan	1	2	3	4
----	-----------------	---	---	---	---

		STS	TS	S	SS
1	Saya memiliki keyakinan bahwa Allah SWT merupakan pencipta manusia dan alam semesta.				
2	Saya memiliki keyakinan bahwa motif saya ketika melakukan investasi tidak bertentangan dengan Islam.				
3	Saya memiliki keyakinan bahwa berkah yang saya harapkan dan dapatkan dari investasi semua berasal dari Allah SWT				
4	Saya yakin bahwa berinvestasi pada <i>platform peer to peer lending</i> berbasis Syariah tidak melanggar ajaran agama Islam				

#### Minat Beinvestasi (Y)

No	Item pernyataan	1	2	3	4
		STS	TS	S	SS
1	Saya tertarik berinvestasi pada <i>platform peer to peer lending</i> berbasis Syariah.				
2	Saya merasa yakin untuk berinvestasi pada <i>platform peer to peer lending</i> berbasis Syariah.				
3	Saya akan merekomendasikan kepada keluarga, saudara, dan teman saya untuk berinvestasi pada <i>platform peer to peer lending</i> berbasis Syariah.				

## LAMPIRAN 2

### DATA SAMPEL PENELITIAN

No	PI1	PI2	PI3	PI4
1	4	4	4	4
2	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4
6	4	4	4	3
7	3	3	3	3
8	4	4	4	4
9	4	4	4	4
10	4	4	4	4
11	4	4	4	4
12	3	3	3	3
13	4	4	4	4
14	4	4	4	4
15	4	4	4	4
16	3	3	3	3
17	4	4	4	4
18	4	4	4	4
19	4	4	3	4
20	1	1	1	1
21	4	3	4	3
22	4	4	4	4
23	4	4	4	4
24	4	4	4	4
25	4	4	4	4
26	4	4	4	4
27	4	4	4	4
28	4	4	4	4
29	4	3	4	3
30	4	4	4	4
31	4	4	4	4
32	4	4	4	4
33	4	4	4	4
34	4	4	4	4
35	4	4	4	4
36	4	3	4	3

37	4	3	3	3
38	4	3	4	3
39	4	4	4	4
40	4	4	4	4
41	4	4	4	4
42	4	4	4	4
43	4	4	4	4
44	4	4	4	4
45	3	3	3	2
46	3	3	3	3
47	4	4	4	4
48	4	4	4	4
49	4	4	4	4
50	4	4	4	4
51	4	4	4	4
52	4	4	4	4
53	4	4	4	4
54	3	3	3	4
55	4	4	4	4
56	3	3	3	3
57	4	4	4	4
58	4	4	4	4
59	3	3	3	3
60	4	4	4	3
61	4	4	4	4
62	4	3	4	4
63	4	4	4	4
64	4	4	4	4
65	4	4	4	4
66	4	4	4	4
67	4	4	4	4
68	4	4	4	4
69	4	4	4	4
70	4	4	4	4
71	4	4	4	4
72	4	4	4	4
73	4	4	4	4
74	4	4	4	4
75	4	4	4	4
76	4	4	4	4
77	4	4	4	3



78	4	4	4	4
79	4	4	4	4
80	4	4	4	3
81	4	4	4	4
82	3	4	4	3
83	3	4	4	4
84	4	4	4	4
85	4	4	4	4
86	4	4	4	4
87	4	4	4	4
88	3	4	4	3
89	3	4	3	3
90	4	4	4	4
91	2	3	4	3
92	4	2	3	1
93	4	4	4	4
94	4	4	4	4
95	3	3	4	3
96	4	4	4	4
97	4	4	4	4
98	3	4	4	4
99	4	4	4	4
100	4	4	4	4
101	4	4	4	4
102	4	4	4	4
103	4	4	4	4
104	4	4	4	4
105	4	4	4	4
106	4	4	4	4
107	4	4	4	4
108	4	4	4	4
109	4	3	4	4
110	4	4	4	4
111	4	3	4	4
112	3	3	3	3
113	4	4	4	4
114	4	4	4	3
115	4	4	4	4
116	3	4	4	4
117	4	4	4	4
118	4	4	4	4

119	4	4	4	4
120	2	4	1	4
121	4	2	4	4
122	3	3	3	3
123	4	4	4	4
124	4	4	4	4
125	4	4	4	4
126	4	4	4	4
127	4	4	4	4
128	4	4	4	4
129	4	4	4	4
130	3	3	4	4
131	4	4	4	4
132	3	4	4	3
133	4	4	4	4
134	3	3	3	3
135	4	4	4	3
136	3	4	4	3
137	4	3	4	3
138	4	4	4	4
139	4	4	4	4
140	3	2	3	3
141	4	2	3	3
142	4	3	3	3
143	4	2	3	3

No	PKP1	PKP2	PKP3	PKP4
1	4	4	4	4
2	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	3	3	3	3
5	4	4	4	4
6	4	3	3	3
7	4	3	3	3
8	2	4	4	4
9	4	4	4	4
10	4	4	4	4
11	4	3	3	4
12	3	3	3	3
13	3	2	4	4
14	4	4	4	4

15	4	3	4	4
16	2	2	2	2
17	4	4	4	4
18	4	4	4	4
19	3	4	4	3
20	1	1	1	1
21	3	3	3	4
22	4	4	4	4
23	4	4	4	4
24	4	4	4	4
25	4	4	4	4
26	4	4	4	4
27	4	4	4	4
28	3	3	3	3
29	3	3	3	4
30	4	3	4	4
31	4	3	3	4
32	4	4	4	4
33	4	4	4	2
34	4	4	4	4
35	3	4	4	4
36	4	3	3	3
37	4	4	3	3
38	4	3	4	3
39	3	3	4	3
40	4	4	4	4
41	3	4	4	3
42	4	4	4	4
43	4	4	2	4
44	3	2	3	4
45	3	3	3	3
46	3	3	3	3
47	3	4	3	3
48	4	4	4	4
49	3	3	3	3
50	4	4	4	4
51	4	4	4	4
52	4	4	4	4
53	4	4	4	4
54	3	3	3	3
55	4	4	4	4

56	3	3	3	3
57	4	3	2	4
58	3	3	3	4
59	3	3	3	3
60	3	4	3	3
61	3	4	4	4
62	3	4	4	3
63	3	4	2	4
64	4	4	4	4
65	4	4	4	4
66	4	3	3	3
67	4	4	4	4
68	4	4	3	4
69	4	4	4	4
70	4	4	4	4
71	4	3	4	4
72	4	4	4	4
73	4	4	4	4
74	4	4	4	4
75	4	4	4	4
76	4	4	4	4
77	3	3	4	4
78	4	2	4	4
79	4	4	4	4
80	3	4	4	3
81	4	4	3	4
82	3	4	4	3
83	3	3	4	3
84	4	4	4	4
85	4	1	4	4
86	4	3	4	4
87	4	4	4	4
88	3	3	3	3
89	3	4	3	3
90	3	3	3	3
91	3	4	3	3
92	3	4	1	2
93	4	4	3	4
94	3	3	4	4
95	3	3	4	3
96	4	4	4	4

97	4	3	3	2
98	3	3	3	3
99	3	3	2	2
100	4	4	4	4
101	4	3	3	3
102	3	4	4	4
103	4	4	4	4
104	3	3	4	3
105	4	4	3	2
106	4	4	4	4
107	4	4	4	4
108	4	4	3	4
109	3	3	3	3
110	3	3	3	3
111	3	3	3	3
112	3	3	3	3
113	4	4	4	4
114	4	3	3	4
115	4	4	4	4
116	3	3	3	3
117	4	4	4	1
118	3	4	3	3
119	4	4	4	4
120	2	4	4	2
121	4	4	3	3
122	2	2	2	2
123	1	4	4	4
124	4	4	4	4
125	4	4	4	1
126	3	3	3	3
127	3	3	3	3
128	1	4	4	1
129	3	3	4	4
130	4	4	4	4
131	3	3	4	3
132	3	2	2	2
133	3	4	3	4
134	3	3	3	3
135	4	4	3	3
136	3	4	3	4
137	3	3	3	3

138	4	4	4	4
139	4	4	4	4
140	3	1	1	4
141	3	2	1	4
142	2	1	1	1
143	4	2	1	4

No	PK1	PK2	PK3
1	4	4	4
2	4	4	4
3	3	3	3
4	4	3	3
5	4	4	4
6	4	4	3
7	3	3	3
8	4	4	4
9	3	3	3
10	2	2	2
11	4	4	4
12	3	3	3
13	2	2	2
14	3	3	3
15	3	3	3
16	3	3	3
17	3	3	3
18	2	2	2
19	3	3	3
20	1	1	1
21	4	4	3
22	4	3	3
23	4	4	4
24	4	4	4
25	3	4	4
26	4	3	3
27	4	3	4
28	3	3	3
29	3	3	3
30	3	4	4
31	3	3	3
32	3	3	3
33	3	3	3

34	4	4	4
35	3	3	3
36	3	3	3
37	3	3	3
38	3	4	3
39	3	3	3
40	3	3	2
41	4	4	4
42	4	4	4
43	2	2	1
44	3	3	3
45	3	3	3
46	3	3	3
47	4	4	4
48	3	3	3
49	3	2	3
50	4	4	4
51	3	3	3
52	4	4	4
53	4	4	4
54	4	4	4
55	3	4	4
56	3	3	3
57	3	3	3
58	3	3	3
59	3	3	3
60	3	4	3
61	3	3	3
62	3	3	3
63	3	2	2
64	3	4	3
65	4	4	4
66	3	3	3
67	4	4	4
68	4	3	4
69	4	4	4
70	4	4	4
71	4	4	4
72	3	4	3
73	4	4	4
74	4	4	4

75	3	3	3
76	3	3	4
77	3	3	3
78	4	4	4
79	4	4	4
80	4	4	4
81	3	3	3
82	4	3	4
83	3	3	3
84	4	4	4
85	2	1	1
86	3	4	4
87	3	3	3
88	3	3	3
89	3	3	3
90	3	3	3
91	3	3	4
92	3	1	1
93	3	3	3
94	3	3	3
95	3	3	3
96	4	4	4
97	3	3	3
98	3	3	3
99	3	3	3
100	3	3	3
101	2	3	3
102	3	3	3
103	3	3	3
104	4	3	3
105	3	3	3
106	4	4	4
107	3	3	3
108	3	3	3
109	3	3	3
110	3	3	3
111	3	3	3
112	3	3	3
113	3	3	3
114	4	3	3
115	4	4	4



116	4	3	4
117	1	1	1
118	4	4	4
119	4	4	4
120	1	4	4
121	4	3	3
122	2	2	2
123	1	1	2
124	3	3	3
125	4	4	4
126	3	4	4
127	4	3	3
128	4	4	4
129	3	3	4
130	3	3	3
131	3	3	3
132	3	3	3
133	4	4	4
134	3	3	3
135	3	3	3
136	3	4	3
137	3	3	3
138	4	4	4
139	4	4	4
140	3	3	2
141	3	2	3
142	2	2	2
143	3	3	3

No	RI1	RI2	RI3	RI4
1	4	4	4	4
2	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	3	3	3	3
5	4	4	4	4
6	4	4	4	4
7	4	3	4	3
8	4	4	4	4
9	4	4	4	3
10	4	4	4	4

11	4	4	4	4
12	4	3	4	3
13	4	4	4	2
14	3	3	3	3
15	4	4	4	4
16	4	3	4	4
17	4	4	4	3
18	4	4	4	4
19	4	4	4	4
20	1	1	1	1
21	4	4	4	3
22	4	4	4	4
23	4	4	4	4
24	4	4	4	4
25	4	3	4	4
26	4	3	4	4
27	4	4	4	4
28	4	4	4	3
29	4	4	4	4
30	4	4	4	4
31	4	3	4	3
32	4	3	3	3
33	4	3	3	3
34	4	4	4	4
35	4	4	4	3
36	4	3	4	3
37	3	1	3	3
38	4	3	4	3
39	4	4	4	3
40	4	4	4	4
41	4	3	4	4
42	4	4	4	4
43	4	4	4	3
44	4	3	4	3
45	3	3	3	3
46	4	3	4	3
47	4	4	4	4
48	4	4	4	3
49	4	3	4	3
50	4	4	4	4
51	4	3	4	3

52	4	4	4	4
53	4	4	4	4
54	4	2	2	3
55	3	2	4	3
56	3	3	3	3
57	4	4	4	4
58	4	4	4	3
59	3	3	3	3
60	3	4	4	3
61	4	3	3	3
62	4	4	4	3
63	4	4	4	4
64	4	4	4	4
65	4	4	4	4
66	4	4	4	3
67	4	4	4	4
68	4	4	4	4
69	4	4	4	4
70	4	4	4	4
71	4	4	4	4
72	4	4	4	3
73	4	4	4	4
74	4	4	4	4
75	4	4	4	4
76	4	4	4	4
77	4	4	4	3
78	4	4	4	4
79	4	4	4	4
80	4	3	4	3
81	4	4	4	3
82	4	4	4	3
83	4	3	3	3
84	4	4	4	4
85	4	3	4	2
86	4	4	4	4
87	4	2	3	3
88	4	3	4	3
89	4	3	4	3
90	4	3	4	3
91	4	3	4	3
92	4	3	4	3

93	4	4	4	3
94	4	4	4	4
95	4	3	4	3
96	4	4	4	4
97	4	4	3	3
98	4	3	3	3
99	4	4	3	3
100	4	4	4	3
101	4	3	4	3
102	4	4	4	3
103	4	4	4	3
104	4	4	4	3
105	4	3	4	4
106	4	4	4	4
107	4	4	4	4
108	4	4	4	3
109	4	4	4	4
110	4	4	4	4
111	4	4	4	3
112	4	4	4	4
113	4	4	4	4
114	4	4	4	3
115	4	4	4	4
116	4	3	3	3
117	4	4	4	4
118	4	4	4	4
119	4	4	4	4
120	4	4	4	4
121	4	3	4	3
122	4	3	3	3
123	4	4	4	1
124	4	3	4	3
125	4	4	4	4
126	4	4	4	4
127	4	4	4	4
128	4	4	4	4
129	4	4	4	4
130	4	3	4	3
131	4	3	4	3
132	4	3	4	2
133	4	4	4	4

134	4	4	4	3
135	4	4	4	4
136	3	3	4	3
137	3	3	4	4
138	4	3	4	3
139	4	4	4	4
140	3	3	3	3
141	3	4	2	3
142	3	3	1	1
143	4	3	4	3

No	KB1	KB2	KB3
1	3	4	4
2	4	4	4
3	3	4	3
4	4	3	3
5	4	4	4
6	4	4	4
7	3	3	3
8	1	1	1
9	3	4	2
10	2	2	2
11	4	4	4
12	3	3	3
13	3	3	3
14	3	3	3
15	4	4	4
16	3	3	3
17	3	4	3
18	2	2	2
19	4	3	4
20	1	1	1
21	4	4	3
22	3	3	3
23	3	3	3
24	4	4	4
25	3	4	4
26	4	4	4
27	4	4	4
28	3	3	3
29	3	3	2

30	3	3	3
31	3	3	3
32	3	3	3
33	3	3	3
34	3	4	3
35	3	4	2
36	3	4	3
37	2	2	2
38	4	3	4
39	3	3	3
40	3	3	3
41	4	4	4
42	3	3	3
43	3	3	3
44	2	2	2
45	3	3	3
46	2	3	2
47	3	3	3
48	3	3	3
49	3	3	3
50	4	4	4
51	3	4	3
52	4	4	4
53	4	4	4
54	2	3	3
55	3	3	2
56	3	3	3
57	4	4	4
58	4	4	4
59	3	3	3
60	3	4	3
61	3	3	4
62	3	3	3
63	2	3	3
64	3	3	3
65	4	4	4
66	3	3	3
67	4	3	4
68	4	4	4
69	3	4	3
70	4	4	4

71	4	4	4
72	3	4	4
73	4	4	4
74	4	4	4
75	3	3	3
76	3	4	4
77	4	4	4
78	3	3	3
79	4	4	4
80	3	3	3
81	3	3	3
82	4	4	3
83	2	2	3
84	4	4	4
85	1	3	2
86	4	4	4
87	3	3	3
88	3	3	3
89	3	3	3
90	2	2	2
91	2	3	3
92	3	4	1
93	3	3	3
94	3	3	2
95	2	3	2
96	3	3	3
97	3	3	2
98	3	3	3
99	3	3	3
100	3	3	3
101	3	3	3
102	3	4	3
103	3	3	3
104	3	3	3
105	4	4	3
106	4	4	4
107	3	3	3
108	4	3	3
109	4	3	3
110	3	3	3
111	3	3	3

112	3	3	2
113	4	3	2
114	4	4	4
115	4	4	4
116	4	4	2
117	1	1	1
118	4	4	3
119	4	4	4
120	2	2	2
121	4	4	4
122	2	2	2
123	2	1	1
124	4	4	4
125	4	4	4
126	4	4	3
127	4	4	3
128	3	3	3
129	4	4	3
130	4	4	4
131	3	3	3
132	3	3	3
133	4	4	4
134	3	3	4
135	3	4	4
136	4	3	4
137	3	3	3
138	4	4	4
139	4	4	4
140	3	3	2
141	3	3	3
142	2	2	2
143	4	3	2



### Data Kuesioner Yang Tersebar

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
Kuesioner yang disebar	161	100
Kuesioner yang tidak lengkap	18	11,2
Kuesioner yang dapat diolah	143	88,8

### Jenis Kelamin Responden

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
Laki-laki	67	46,9
Perempuan	76	53,1
<b>Total</b>	143	100

### Usia Responden

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
18 – 25 tahun	89	62,2
26 – 30 tahun	28	19,6
31 – 35 tahun	26	18,2
<b>Total</b>	143	100

### Pekerjaan Responden

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
Mahasiswa / pelajar	59	41,3
Dosen / guru	7	4,9
PNS	13	9,1
Wirausaha	15	10,5
Karyawan Swastsa	30	21
Pegawai BUMN	1	0,7
Lainnya	18	12,6

<b>Total</b>	143	100
--------------	-----	-----

### Pendapatan Responden

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
< Rp. 1.000.000	63	44,1
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000	27	18,9
Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000	33	23
Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000	16	11,2
>Rp. 10.000.000	4	2,8
<b>Total</b>	143	100

UNIVERSITAS PADJARAN  
 المعهد الباسية الاندونيسيا

### LAMPIRAN 3

#### Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
PI	143	1,000	4,000	3,770	0,514
PKP	143	1,000	4,000	3,460	0,732
PK	143	1,000	4,000	3,217	0,679
RI	143	1,000	4,000	3,676	0,534
KB	143	1,000	4,000	3,198	0,740

#### Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

#### Uji Validitas

#### Nilai *Outer Loading* & AVE

Variabel	Item	<i>Outer Loading</i>	AVE
Pengetahuan Investasi	PI1	0,832	0,706
	PI2	0,817	
	PI3	0,893	
	PI4	0,816	
Kemudahan Penggunaan	PKP1	0,824	0,567
	PKP2	0,718	
	PKP3	0,715	
	PKP4	0,751	
Kepercayaan	PK1	0,898	0,846
	PK2	0,929	
	PK3	0,933	
Religiusitas Islam	RI1	0,767	0,630
	RI2	0,786	
	RI3	0,826	
	RI4	0,795	
Keinginan Berinvestasi	KB1	0,917	0,821
	KB2	0,908	
	KB3	0,893	

## Uji Reliabilitas

### Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Pengetahuan Investasi	0,905	0,863
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,839	0,753
Persepsi Kepercayaan	0,943	0,909
Religiusitas Islam	0,872	0,807
Keinginan Berinvestasi	0,932	0,891

### Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

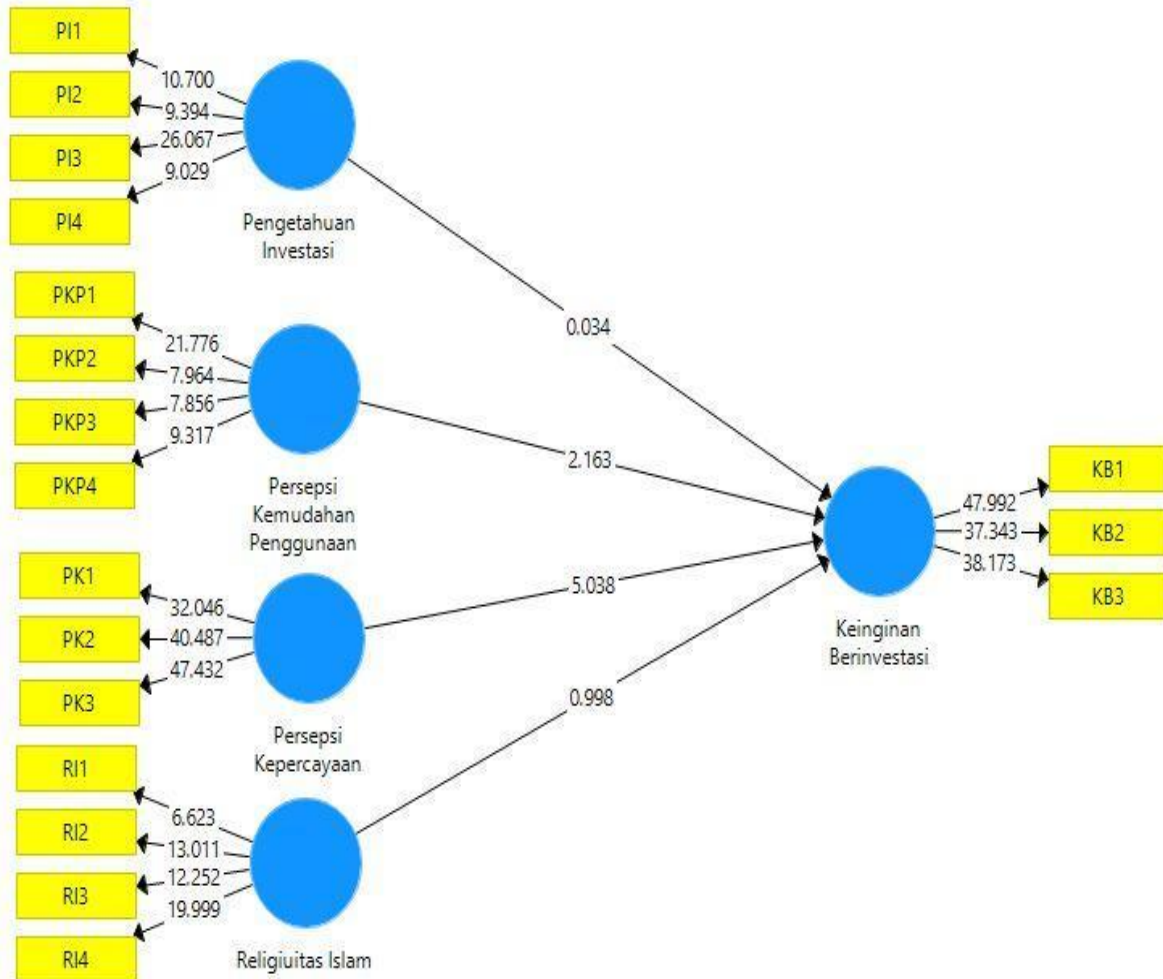
#### Nilai *R-Square*

	<b>R-Square</b>
Keinginan Berinvestasi	0,489

### Hasil Uji Hipotesis

<b>Hipotesis</b>		<i>Original Sample (O)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T-Statistic (O/STDEV)</i>	<i>P-Values</i>	<b>Hasil</b>
<b>Var. Independen =&gt; Var. Dependen</b>						
<b>H1</b>	Pengetahuan Investasi => Keinginan Berinvestasi	0,003	0,091	0,034	0,973	Diterima
<b>H2</b>	Persepsi Kemudahan Penggunaan => Keinginan Berinvestasi	0,200	0,093	2,163	0,031	Diterima
<b>H3</b>	Persepsi Kepercayaan => Keinginan Berinvestasi	0,524	0,104	5,038	0,000	Diterima
<b>H4</b>	Religiusitas Islam => Keinginan Berinvestasi	0,095	0,096	0,998	0,319	Ditolak

## LAMPIRAN 4



Activate |  
Go to Setting

الجنة، البلاستد البلاستد