

PENGARUH *PERCEIVED REPUTATION*, *PERCEIVED STRUCTURAL ASSURANCE*, *PERCEIVED INFORMATION QUALITY*, *PERCEIVED RISK*, DAN *TRUST* TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN *PLATFORM PEER TO PEER LENDING SYARIAH*



Oleh:

Nama : Swastyasta Nur Indrajaya
NIM : 17312250
Prodi : Akuntansi
Bidang Konsentrasi : Akuntansi Syariah

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *PERCEIVED REPUTATION*, *PERCEIVED STRUCTURAL ASSURANCE*, *PERCEIVED INFORMATION QUALITY*, *PERCEIVED RISK*, DAN *TRUST* TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN *PLATFORM PEER TO PEER LENDING SYARIAH*

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Swastyasta Nur Indrajaya

NIM : 17312250

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 31 Oktober 2021

Penulis



(Swastyasta Nur Indrajaya)

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *PERCEIVED REPUTATION*, *PERCEIVED STRUCTURAL ASSURANCE*, *PERCEIVED INFORMATION QUALITY*, *PERCEIVED RISK*, DAN *TRUST* TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN *PLATFORM PEER TO PEER LENDING SYARIAH*

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : Swastyasta Nur Indrajaya
NIM : 17312250
Prodi : Akuntansi
Bidang Konsentrasi : Akuntansi Syariah

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing,



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

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Perceived Reputation, Perceived Structural Assurance, Perceived Information Quality, Perceived Risk dan Trust Terhadap Niat Menggunakan Peer to Peer Lending Syariah

Disusun oleh : SWASTYASTA NUR INDRAJAYA

Nomor Mahasiswa : 17312250

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Rabu, 08 Desember 2021

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

Dr. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirrabil'alamin, segala puji penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkat limpahan rahmat serta hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Perceived Reputation, Perceived Structural Assurance, Perceived Information Quality, Perceived Risk, dan Trust Terhadap Niat Menggunakan Platform Peer to Peer Lending Syariah*”** Skripsi ini diajukan sebagai syarat memenuhi tugas akhir dalam menyelesaikan program sarjana Strata-1 jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Skripsi ini juga tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

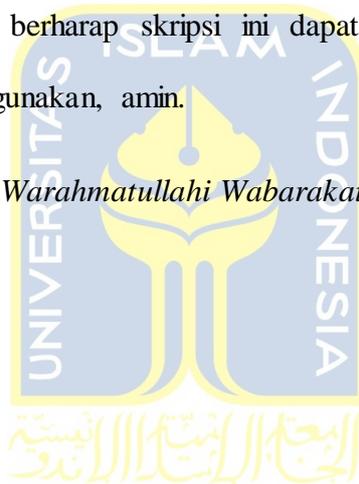
1. Allah SWT atas berkat limpahan rahmat dan hidayah Nya kepada penulis sehingga selalu diberikan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kedua orangtuaku Bapak Nurjayanto dan Ibu Yuliana Suryantini, terimakasih ya pak buk yang selalu memberikan dukungan baik moral, semangat dan material sehingga penelitian ini bisa terselesaikan.
3. Bapak Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, kritik, maupun saran serta kelancaran dalam penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Jaka Sriyana., S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Mahmudi, S.E., M.Si selaku Ketua Prodi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
8. Kakakku, Mas Dipta walaupun tidak memberikan bantuan tapi tetap terimakasih mas.
9. Anggi, makasih ya udah mau nemenin, bantuin, dan memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini, maaf kalau aku merepotkan.
10. Dendi, makasih teman seperjuangan sudah sering memberi tumpangan kos selama kuliah dan sering memberiku makan gratis.
11. Teman-teman fundseeker yang telah berjuang bersama selama IBC
12. Kelompok belajar kompre, fafa, anggit, nindi yang telah memberikan ilmu serta pengalaman yang berharga
13. Teman-teman anak soleh dadakan yang telah menemani selama perkuliahan

14. Teman-teman akuntansi 2017 yang telah berjuang bersama-sama dari awal masa perkuliahan sampai akhir, semoga sukses selalu.
15. Teman-teman badminton yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, semoga keadaan semakin membaik tetap sehat selalu.
16. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, maaf tidak bisa menyebutkan nama satu per satu, terimakasih banyak atas bantuannya, sukses selalu.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang menggunakan, amin.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Yogyakarta, 26 Oktober 2021

Penulis,

A handwritten signature in black ink, which appears to be "Swastyasta Nur Indrajaya".

Swastyasta Nur Indrajaya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN AKHIR... Error! Bookmark not defined.	
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2.....	10
KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	10
2.1.2 <i>Peer to Peer Lending</i>	11
2.1.3 <i>Peer to Peer Lending Syariah</i>	13
2.1.4 Persepsi Masyarakat.....	14
2.1.5 <i>Structural Assurance</i>	15
2.1.6 <i>Risk</i>	15
2.1.7 <i>Information Quality</i>	16
2.1.8 <i>Reputation</i>	16

2.1.9	<i>Trust</i>	17
2.2	Penelitian Terdahulu	17
2.3	Hipotesis Penelitian	24
2.3.1	Pengaruh <i>Perceived Reputation</i> Terhadap Niat Menggunakan <i>Platform Peer to Peer Lending Syariah</i>	24
2.3.2	Pengaruh <i>Perceived Structural Assurance</i> Terhadap Niat Menggunakan <i>Platform Peer to Peer Lending Syariah</i>	25
2.3.3	Pengaruh <i>Perceived Information Quality</i> Terhadap Niat Menggunakan <i>Platform Peer to Peer Lending Syariah</i>	26
2.3.4	Pengaruh <i>Perceived Risk</i> Terhadap Niat Menggunakan <i>Platform Peer to Peer Lending Syariah</i>	27
2.3.5	Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Niat Menggunakan <i>Platform Peer to Peer Lending Syariah</i>	27
BAB 3	30
METODE PENELITIAN	30
3.1	Populasi dan Sampel.....	30
3.2	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	31
3.3	Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	31
3.3.1	Variabel Dependen.....	32
3.3.2	Variabel Independen	33
3.4	Metode Analisis Data	41
3.4.1	Statistik Deskriptif.....	41
3.4.2	Uji Instrumen Penelitian.....	41
3.4.2.1	Uji Validitas.....	41
3.4.2.2	Uji Reliabilitas.....	41
3.4.3	Uji Asumsi Klasik	42
3.4.3.1	Uji Normalitas	42
3.4.3.2	Uji Multikolinieritas	42
3.4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	43
3.4.4	Uji Regresi Linear Berganda.....	43
3.4.5	Uji Hipotesis	44
3.4.5.1	Uji R-Square	44
3.4.5.2	Uji F.....	45

3.4.5.3 Uji T.....	45
BAB 4.....	47
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Pilot Test.....	47
4.2 Deskripsi Data Responden	49
4.2.1 Deskripsi Data Umum Responden.....	49
4.2.2 Deskripsi Karakteristik Demografi Responden	49
4.3 Statistik Deskriptif.....	54
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	56
4.4.1 Uji Validitas	56
4.4.2 Uji Reabilitas.....	59
4.5 Uji Asumsi Klasik	60
4.5.1 Uji Normalitas.....	60
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	61
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	63
4.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	64
4.7 Uji Hipotesis	66
4.7.1 Uji R-Square	67
4.7.2 Uji F	67
4.7.3 Uji T	68
4.8 Pembahasan Hipotesis	72
4.8.1 Pengaruh <i>Perceived Reputation</i> Terhadap Niat Menggunakan <i>Peer to Peer Lending Syariah</i>	72
4.8.2 Pengaruh <i>Perceived Structural Assurance</i> Terhadap Niat Menggunakan <i>Peer to Peer Lending Syariah</i>	73
4.8.3 Pengaruh <i>Perceived Information Quality</i> Terhadap Niat Menggunakan <i>Peer to Peer Lending Syariah</i>	74
4.8.4 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> Terhadap Niat Menggunakan <i>Peer to Peer Lending Syariah</i>	76
4.8.5 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Niat Menggunakan <i>Peer to Peer Lending Syariah</i>	77
BAB 5.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN	79

5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Keterbatasan dan Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	89



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Pertanyaan Niat Menggunakan <i>Peer to Peer Lending</i> Syariah.....	32
Tabel 3.2 Pertanyaan <i>Perceived Reputation</i>	34
Tabel 3.3 Pertanyaan <i>Perceived Structural Assurance</i>	35
Tabel 3.4 Pertanyaan <i>Perceived Information Quality</i>	37
Tabel 3.5 Pertanyaan <i>Trust</i>	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden <i>Pilot Test</i>	47
Tabel 4.2 Hasil Evaluasi Responden <i>Pilot Test</i>	48
Tabel 4.3 Profil Data Demografi Responden	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.11 Hasil Uji R-Square	67
Tabel 4.12 Hasil Uji F	68
Tabel 4.13 Hasil Uji T	69
Tabel 4.14 Keputusan Hipotesis.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... 29



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	90
KUISIONER PENELITIAN	90
LAMPIRAN 2	100
HASIL TABULASI DATA	100
LAMPIRAN 3	114
HASIL KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	114
LAMPIRAN 4	116
HASIL ANALISIS DATA.....	116



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived reputation*, *perceived structural assurance*, *perceived information quality*, *perceived risk*, dan *trust* terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending* syariah. Sampel dalam penelitian dipilih menggunakan teknik *non-probability sampling*, dengan kriteria masyarakat muslim di Indonesia yang belum pernah menggunakan *platform peer to peer lending* syariah. Metode dalam penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik analisis regresi linier berganda serta uji hipotesis menggunakan koefisien determinasi, uji T dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived structural assurance* dan *trust* berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending* syariah, sedangkan *perceived reputation*, *perceived information quality* dan *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending* syariah.

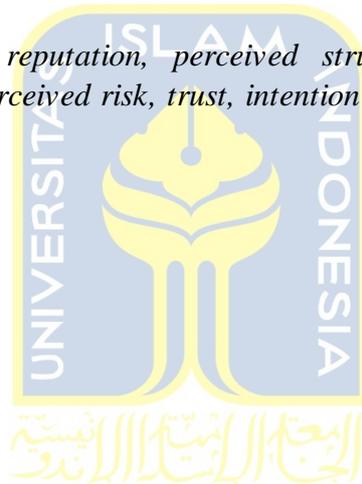
Kata Kunci: *perceived reputation*, *perceived structural assurance*, *perceived information quality*, *perceived risk*, *trust*, niat menggunakan *platform peer to peer lending* syariah

Abstract

This study aims to determine the effect of perceived reputation, perceived structural assurance, perceived information quality, perceived risk, and trust on the intention to use the sharia peer to peer lending platform. The sample in the study was selected using a non-probability sampling technique, with the criteria

of the Muslim community in Indonesia and had never used a sharia peer to peer lending platform. The method in this study uses quantitative methods with multiple linear regression analysis techniques and hypothesis testing using the coefficient of determination, T test and F test. The results of this study indicate that perceived structural assurance and trust have a significant positive effect on intentions to use the sharia peer to peer lending platform, while perceived reputation, perceived information quality and perceived risk have no significant effect on the intention to use the sharia peer to peer lending platform.

Keywords: perceived reputation, perceived structural assurance, perceived information quality, perceived risk, trust, intention to use the sharia peer to peer lending platform



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman saat ini membuat manusia tidak bisa lepas dari penggunaan teknologi. Teknologi berkembang sangat pesat dan memberikan dampak terhadap kehidupan manusia. Saat ini hampir seluruh masyarakat sangat bergantung pada teknologi dalam melakukan segala aktivitasnya. Mulai dari anak-anak hingga orang tua menjadikan teknologi menjadi kebutuhan dasar. Semakin berkembangnya teknologi akan memberikan banyak manfaat bagi masyarakat. Teknologi dapat membantu masyarakat dalam melakukan segala aktivitasnya menjadi lebih efektif dan efisien. Teknologi telah berkembang pesat di berbagai sektor/bidang, salah satunya di bidang keuangan. Masuknya teknologi di bidang keuangan membuat perubahan industri keuangan menjadi era digital. Salah satu perubahan industri keuangan ke era *digital* yaitu *Financial Technology* (*Fintech*). *Financial technology* merupakan salah satu teknologi di bidang keuangan yang dapat membantu pengguna dalam mengakses produk-produk keuangan dan mempermudah melakukan transaksi keuangan. Di Indonesia, *fintech* mengalami perkembangan dan peningkatan yang membuat banyak masyarakat mulai menggunakan *fintech* untuk layanan transaksi. Hal itu ditandai dengan semakin banyaknya startup yang berdiri di bidang *financial technology*. Menurut Bank Indonesia (2020) *fintech* adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang dapat berdampak pada stabilitas sistem keuangan, stabilitas

moneter, dan efisiensi, keandalan, keamanan, dan kelancaran sistem pembayaran yang menghasilkan layanan, produk, teknologi dan model bisnis baru. *Digital banking, online digital insurance, payment channel system, peer to peer (P2P) lending*, maupun *crowdfunding* merupakan konsep *fintech* yang meliputi layanan keuangan berdasarkan sistem digital yang telah berkembang di Indonesia (Yudhira, 2021).

Peer to peer lending merupakan salah satu inovasi layanan *fintech* yang memberikan alternatif pinjaman melalui *platform* secara *online* tanpa perantara bank. Menurut Kurniawan et al (2019) mendefinisikan *peer to peer lending* sebagai suatu *platform fintech* yang mempertemukan secara *online* antara peminjam yang membutuhkan modal dengan pemberi pinjaman yang mengharapkan pengembalian kompetitif. Jadi *peer to peer lending* ini memberikan jasa kepada peminjam dan pemberi pinjaman untuk membantu memenuhi kebutuhan masing-masing melalui *platform* secara *online*. *Peer to peer lending* juga dapat digunakan sebagai alternatif investasi, memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk melakukan diversifikasi portofolio pada produk-produk investasinya (Poeteri et al, 2021). Pada *platform peer to peer lending*, setiap orang dapat mengajukan pinjaman atau mendanai tanpa menggunakan jasa dari lembaga keuangan yang sah sebagai perantara. *Peer to peer lending* merupakan salah satu jenis teknologi yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Akibat perkembangan teknologi membuat masyarakat beralih menggunakan *peer to peer lending*, hal tersebut karena cara penggunaan

serta syarat yang lebih mudah untuk melakukan pinjaman maupun mendanai secara online.

Di Indonesia, selain *peer to peer lending* konvensional terdapat juga *peer to peer lending* berbasis syariah. Terdapat perbedaan antara *peer to peer lending* konvensional dengan *peer to peer lending* berbasis syariah yaitu adanya kesesuaian dengan prinsip syariah bagi umat muslim. *Peer to peer lending* syariah merupakan penyelenggaraan jasa keuangan yang mempertemukan pembiayaan dengan penerima berdasarkan prinsip syariah dalam rangka melakukan akad pembiayaan secara *online*, prinsip syariah yang dimaksud adalah terbebas dari transaksi yang dilarang, menggunakan akad syariah, dan dilakukan dengan sikap yang baik (Baihaqi, 2018). Munculnya *peer to peer lending* syariah merupakan salah satu kemajuan dan alternatif baru dalam bidang transaksi ekonomi yang telah menarik pelaku transaksi ekonomi dan keuangan yang berprinsip syariah. Dengan dibentuknya Asosiasi *Fintech* Syariah Indonesia (AFSI) institusi yang menaungi *fintech* syariah membuat *peer to peer lending/fintech* di Indonesia mulai banyak menarik perhatian masyarakat serta mulai dilegalkannya *peer to peer lending* syariah sebagai suatu transaksi ekonomi yang juga dapat didaftarkan kepada Otoritaas Jasa Keuangan (OJK) (Hiyanti et al., 2020).

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk terbanyak di dunia. Mayoritas penduduk Indonesia beragama islam, terdapat lebih dari 207 juta orang di Indonesia memeluk agama islam atau sekitar 87,2% (Indonesia, 2021). Sementara itu jumlah *peer to peer lending* syariah di Indonesia hanya terdapat 10 dari total 146 *fintech lending* yang terdaftar dan berizin di OJK (OJK, 2021).

Artinya masih sangat sedikit platform *peer to peer lending* syariah di Indonesia yang apabila dipersentasekan hanya sekitar 6,8% padahal mayoritas penduduk di Indonesia beragama islam.

Menggunakan *platform peer to peer lending syariah* untuk melakukan pinjaman maupun berinvestasi akan terdapat potensi resiko kerugian diantaranya gagal bayar, data diretas, maupun penyalahgunaan data pribadi. Untuk mengetahui perilaku konsumen dalam menghadapi resiko pada suatu layanan yaitu dengan menilai resiko yang dirasakan (*perceived risk*) dari konsumen (Park et al., 2019). Menurut Tangmanee dan Rawsena (2016) *perceived risk* dan *perceived reputation* memiliki dampak langsung pada niat pembelian, semakin tinggi resiko yang dirasakan (*perceived risk*) dalam melakukan transaksi maka mereka cenderung tidak melakukan pembelian. Sebaliknya, semakin tinggi reputasi yang dirasakan (*perceived reputation*) maka cenderung akan melakukan pembelian.

Struktur teknologi yang terdapat di *platform peer to peer lending* memungkinkan menimbulkan kekhawatiran konsumen untuk menggunakan teknologi tersebut (Poeteri et al., 2021). Menurut Yang dan Lee (2016) jaminan yang melindungi informasi pribadi, memastikan kerahasiaan transaksi, dan mensistematisasikan syarat dan ketentuan kontrak yang akan membangun keyakinan awal pada layanan pinjaman *peer to peer lending online* dikaitkan dengan *perceived structural assurance*.

Berinvestasi maupun melakukan pinjaman menggunakan *platform peer to peer lending syariah* dilakukan secara *online*, hal tersebut dapat menimbulkan kekhawatiran terjadinya perbedaan informasi yang didapat pada *platform*. Menurut Ghasemaghaei dan Hassanein (2016) kualitas informasi yang dirasakan (*perceived information quality*) di lingkungan *online* memainkan peran penting dalam memengaruhi pengalaman dan keputusan konsumen.

Adapun penelitian terdahulu yang terkait yaitu dilakukan oleh (Tangmanee & Rawsena, 2016) memeriksa pengaruh *perceived risk* dan reputasi situs web terhadap kepercayaan serta niat pembelian terhadap transaksi *online*. Kemudian penelitian terkait selanjutnya yaitu oleh (Wang et al., 2019) memeriksa pengaruh kepercayaan pada layanan dan jaminan struktural dalam niat kelanjutan layanan *FinTech*, serta peran faktor teknis dan faktor sosial dalam mengembangkan kepercayaan pada layanan dan jaminan struktural. Hasil penelitian tersebut yaitu kepercayaan pada layanan dan jaminan struktural dapat mendorong niat layanan teknologi keuangan yang berkelanjutan serta *system quality*, *situational normality* dan *subjective norm* dapat membantu membangun *trust* pada layanan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Yang & Lee, 2016) yaitu *Influencing Factors on the Lending Intention of Online Peer-to-Peer Lending: Lessons from Renrendai.com*. Kemudian penelitian terkait selanjutnya oleh (Udayana et al., 2018) memeriksa pengaruh *perceived security* dan *information quality* terhadap *online purchase intention* melalui *trust*. Hasil dari penelitian tersebut yaitu *perceived security* dan *information quality* berpengaruh positif terhadap *trust* serta

perceived security, information quality dan *trust* berpengaruh positif terhadap *online purchase intention*.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh *Perceived Reputation, Perceived Structural Assurance, Perceived Information Quality, Perceived Risk*, dan *Trust* Terhadap Niat Menggunakan *Platform Peer to Peer Lending Syariah*” dengan objek masyarakat muslim serta variabel dependen yang lebih spesifik yaitu *peer to peer lending* berbasis syariah sebagai pembeda atas penelitian sebelumnya dan menambahkan *trust* sebagai variabel independen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan oleh penulis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *perceived reputation* berpengaruh terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending syariah*?
2. Apakah *perceived structural assurance* berpengaruh terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending syariah*?
3. Apakah *perceived information quality* berpengaruh terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending syariah*?
4. Apakah *perceived risk* berpengaruh terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending syariah*?

5. Apakah *trust* berpengaruh terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending syariah*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived reputation* terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending syariah*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived structural assurance* terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending syariah*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived information quality* terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending syariah*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *perceived risk* terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending syariah*.
5. Untuk mengetahui pengaruh *trust* terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending syariah*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi *platform peer to peer lending syariah* dalam rangka meningkatkan persepsi masyarakat muslim terhadap penggunaan *peer to peer lending syariah*.

2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi serta wawasan bagi pembaca dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan pembahasan ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penelitian ini terdiri dari lima bab sesuai dengan sistematika penulisan. Adapun sistematika penulisan tersebut sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan berisi mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab kajian pustaka menyajikan landasan teori, penelitian terdahulu, hipotesis yang akan digunakan serta kerangka pemikiran

BAB 3 METODE PENELITIAN

Dalam bab metode penelitian berisi mengenai populasi dan sampel, sumber data dan teknik pengumpulan data, pengukuran variabel penelitian serta metode analisis data

BAB 4

Dalam bab ini menyajikan hasil dari penelitian serta pembahasan penelitian

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian serta saran bagi peneliti selanjutnya



BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Theory of Planned Behavior*

Theory of planned behavior merupakan teori yang menyatakan perilaku manusia dalam melakukan tindakan yang berada dibawah kontrol kesadaran individu. Teori ini dapat digunakan untuk menjelaskan mengenai perilaku yang membutuhkan perencanaan (Ajzen, 1991).

Theory of planned behavior merupakan pengembangan dari *Theory of reasoned action*. Perilaku manusia dalam mengambil tindakan dapat diakibatkan oleh dua faktor yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subjektif hal tersebut dibuktikan dengan *Theory of reasoned action*. Kemudian adanya pengembangan pada *Theory of reasoned action* dengan menambahkan faktor kontrol perilaku persepsian, faktor tersebut mengubah *Theory of reasoned action* menjadi *Theory of planned behavior*.

Terdapat tiga faktor yang melandasi perilaku seseorang dalam *Theory of planned behavior* yaitu:

1. Sikap terhadap Perilaku

Menurut Ajzen (1991) sikap terhadap perilaku merupakan faktor dalam diri seseorang untuk bereaksi terhadap hal yang disukai maupun tidak disukai terhadap penilaian suatu objek atau dapat dikatakan perilaku yang

ditentukan oleh *behavioral beliefs* yang berkaitan dengan penilaian subjektif individu terhadap lingkungan sekitar. Apabila seorang muslim memiliki pandangan positif mengenai platform maka akan menumbuhkan niat menggunakan platform tersebut

2. Norma Subjektif

Norma subjektif merupakan keyakinan mengenai pemahaman individu terhadap suatu perilaku yang berasal dari pandangan orang lain terhadap perilaku tersebut (Ajzen, 1991). Ketika seorang muslim mendapat dukungan atau saran dari lingkungan sekitar untuk menggunakan platform maka akan menumbuhkan niat untuk menggunakan platform tersebut.

3. Kontrol Perilaku Persepsian

Kontrol Perilaku Persepsian didefinisikan oleh Ajzen (1991) pemahaman individu yang berkaitan dengan mudah atau sulitnya dalam mewujudkan perilaku tersebut. Apabila semakin besar kontrol perilaku persepsian maka semakin kuat juga niat seseorang untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

2.1.2 *Peer to Peer Lending*

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tentang pinjaman dan jasa pinjaman teknologi informasi (No. 77 / POJK.01 Tahun 2016) menjelaskan bahwa layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi merupakan penyedia jasa yang menghubungkan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman secara bersama-sama sebagai bagian dari kesepakatan kontrak perjanjian pinjam meminjam

dinyatakan dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik di internet. Peraturan OJK mengatur pengguna jasa keuangan *fintech peer to peer lending* yaitu penerima pinjaman dan pemberi pinjaman. Penerima pinjaman harus warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia. Sedangkan pemberi pinjaman bisa berasal dari dalam dan luar negeri. *Fintech peer to peer lending* diklasifikasikan sebagai kegiatan untuk memperbarui proses bisnis, model bisnis dan instrument keuangan, membawa nilai baru ke sektor jasa keuangan melalui penggunaan ekosistem *digital* yang disebut Inovasi Keuangan Digital (IKD) (Baihaqi, 2018).

Peer to peer lending merupakan suatu *platform fintech* yang mempertemukan secara *online* antara peminjam yang membutuhkan modal dengan pemberi pinjaman yang mengharapkan pengembalian kompetitif (Kurniawan et al., 2019). Sebagai salah satu inovasi layanan *fintech*, *peer to peer lending* memberikan alternatif pinjaman melalui *platform* secara *online* tanpa perantara bank. Pada *platform peer to peer lending*, setiap orang dapat mengajukan pinjaman atau mendanai tanpa menggunakan jasa dari lembaga keuangan yang sah sebagai perantara.

Sedangkan menurut Poeteri et al (2021) *Peer to peer lending*, juga dikenal sebagai *financial technology lending*, merupakan layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi yang dapat memungkinkan terjadinya pertemuan tidak langsung antara investor dan peminjam. *Peer to peer lending* ini memberikan jasa kepada peminjam dan pemberi pinjaman untuk membantu memenuhi kebutuhan masing-masing melalui *platform* secara *online*. *Peer to peer*

lending juga dapat digunakan sebagai alternatif investasi, memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk melakukan diversifikasi portofolio pada produk-produk investasinya (Poeteri et al., 2021).

2.1.3 *Peer to Peer Lending Syariah*

Layanan *peer to peer lending* dapat dibagi menjadi dua bentuk: sistem konvensional dan sistem syariah sebagai layanan *digital* yang mempertemukan antara dua orang yaitu penerima pinjaman yang membutuhkan dana dan pemberi pinjaman yang memiliki dana (Iskandar et al., 2019). Terdapat perbedaan antara *peer to peer lending* konvensional dengan *peer to peer lending* berbasis syariah yaitu adanya kesesuaian dengan prinsip syariah bagi umat muslim. *Fintech peer to peer lending* berbasis syariah merupakan implementasi dari layanan keuangan berbasis syariah, yang menggabungkan atau menghubungkan antara pemberi dan penerima pembiayaan dalam rangka melakukan akad pembiayaan melalui sistem elektronik di internet, didasarkan pada hukum islam dengan tujuan untuk menghindari praktek-praktek yang dilarang oleh hukum Islam (Baihaqi, 2018).

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 117/DSN-MUI/II/2018, *fintech peer to peer lending* dibolehkan dengan syarat sesuai dengan prinsip Syariah. Ketentuan prinsip Syariah yang dimaksud adalah 1) terhindar dari riba, *gharar* (ketidakpastian), *maysir* (spekulasi), *tadlis* (menyembunyikan cacat), *dharar* (merugikan pihak lain), dan haram; 2) Akad baku memenuhi prinsip keseimbangan, keadilan, dan kewajaran sesuai Syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku; 3) Akad yang digunakan selaras dengan karakteristik layanan pembiayaan seperti *al-bai'*, *ijarah*, *mudharabah*,

musyarakah, wakalah bi al ujah, dan qardh; 4) Terdapat bukti transaksi yaitu berupa sertifikat elektronik dan harus divalidasi oleh pengguna melalui tanda tangan elektronik yang sah; 5) Transaksi harus menjelaskan ketentuan bagi hasil yang sesuai dengan syariah; 6) penyelenggara layanan boleh mengenakan biaya (*ujrah*) dengan prinsip *ijarah* (Baihaqi, 2018).

Fintech peer-to-peer lending berdasarkan prinsip Syariah menurut Fatwa DSN-MUI Nomor 117/DSN-MUI/II/2018 dapat dilakukan dengan model: 1) pembiayaan anjak piutang, 2) pembiayaan pengadaan barang pesanan pihak ketiga, 3) pembiayaan pengadaan barang untuk pelaku usaha yang berjualan secara *online*, 4) pembiayaan pengadaan barang untuk pelaku usaha yang berjualan secara *online* dengan pembayaran melalui *payment gateway*, 5) pembiayaan untuk pegawai, 6) pembiayaan berbasis komunitas.

2.1.4 Persepsi Masyarakat

Persepsi merupakan suatu proses mengubah rangsangan yang diterima dari seseorang dan membantuk tanggapan atau kesimpulan (Fadhila Rahma, 2018). Menurut KBBI (2016), masyarakat adalah sekelompok orang yang tinggal di suatu wilayah tertentu dengan batas-batas yang jelas, faktor utamanya adalah ikatan yang kuat antara anggota kelompok dengan anggota di luar kelompok. Masyarakat muslim merupakan sekelompok orang yang beragama islam. Sementara persepsi masyarakat muslim adalah proses yang terjadi di antara orang-orang yang tinggal dan hidup berdampingan yang beragama islam di suatu wilayah tertentu yang memberikan jawaban atau kesimpulan tentang hal-hal atau peristiwa yang dirasakan oleh kelompok orang ini.

2.1.5 *Structural Assurance*

Menurut Yang dan Lee (2016) mendefinisikan jaminan struktural sebagai membangun kepercayaan berbasis sistem serta berperan sebagai jaminan yang melindungi informasi pribadi, memastikan kerahasiaan transaksi, dan mensistematisasikan syarat dan ketentuan kontrak yang akan membangun kepercayaan serta niat untuk menggunakan layanan pinjaman *peer to peer lending online*. Tingkat jaminan struktural yang tinggi dapat mengurangi risiko yang dirasakan, membantu pelanggan mengatasi ketakutan akan potensi kerugian dan meningkatkan kepercayaan pelanggan bahwa kegiatan keuangan dapat dilakukan secara aman dan terjamin, sehingga mereka lebih berkeinginan untuk melanjutkan penggunaan (Wang et al., 2019).

2.1.6 *Risk*

Keputusan pembelian akan membawa risiko tertentu bagi pembeli dan mungkin berdampak negatif pada proses pembelian. Oleh karena itu, pembeli akan mencoba mengurangi risiko yang dirasakan ini dengan mengevaluasi berbagai alternatif dan memilih salah satu dengan tingkat resiko yang dianggap paling rendah. Telah ditemukan bahwa risiko yang dirasakan merupakan hambatan utama bagi pembeli untuk mempertimbangkan melakukan pembelian *online*, pembeli tidak dapat mencoba secara langsung produk nya, serta harus memberikan informasi pribadi yang berharga seperti alamat rumah, nomor telepon, bahkan informasi kartu kredit, lalu menunggu transaksi untuk disetujui (Sánchez-Alzate & Sánchez-Torres, 2017). Berinvestasi melalui *platform peer to peer lending* akan membawa risiko kepada peminjam atau pemberi pinjaman dari

kemungkinan perilaku yang tidak menguntungkan seperti resiko gagal bayar, penipuan dan penyalahgunaan data pribadi (Poeteri et al., 2021).

2.1.7 Information Quality

Kualitas informasi didefinisikan sebagai relevansi, kesesuaian, keakuratan dan ketepatan waktu informasi dalam literatur tentang *e-commerce*, perbankan *online* dan keuangan digital (Yang & Lee, 2016). Kualitas informasi yang dirasakan dapat berperan penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Dalam *platform peer to peer lending online*, pemberi pinjaman berharap menemukan cara yang lebih mudah digunakan dan mudah dipahami untuk meminjam atau berinvestasi serta dapat memperoleh informasi tentang transaksi, jika informasi yang diberikan oleh *platform* tidak relevan, atau tidak akurat, pemberi pinjaman mungkin mempertanyakan kemampuan dan integritas penyedia pinjaman *peer to peer lending online* untuk menyediakan investasi pinjaman *peer to peer lending online* yang sesuai (Yang & Lee, 2016).

2.1.8 Reputation

Menurut Sánchez-Alzate & Sánchez-Torres (2017) reputasi merupakan apa yang biasanya dikatakan atau diyakini mengenai sifat atau status seorang atau benda, apabila organisasi memiliki reputasi yang baik maka akan mendapatkan sikap yang lebih positif terhadap penawaran pelanggannya, karena pembeli akan lebih menyukai penjual yang telah dikenal. Keputusan tentang reputasi penyedia *online* bisa sebagai konsekuensi berdasarkan akumulasi pengalaman menggunakan penyedia tersebut.

2.1.9 Trust

Trust sangat penting dalam melakukan aktivitas, bertransaksi, serta dalam hubungan bisnis yang melibatkan orang lain. Dengan mengurangi risiko dan ketidakpastian yang dirasakan, kepercayaan mendorong orang untuk berpartisipasi dalam aktivitas *e-commerce*, selain itu kepercayaan juga diharapkan dapat membantu menjaga kelanjutan pelanggan (Wang et al., 2019). Ketika masyarakat memiliki *trust* yang semakin tinggi tentu dapat dijadikan ukuran untuk menumbuhkan niat untuk bertransaksi secara *online*, semakin tinggi *trust* maka semakin tinggi niat untuk bertransaksi (Jati Ariwibowo & Nugroho, 2013)

Dalam konteks *peer to peer lending*, ketika masyarakat memiliki *trust* yang tinggi terhadap *platform peer to peer lending* maka akan semakin tinggi juga niat untuk menggunakan *platform* tersebut (Ariwibowo & Nugroho, 2013).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Wang et al (2019) dengan judul “*What Determines Customers’ Continuance Intention of FinTech? Evidence from YuEbao*” Memeriksa pengaruh kepercayaan pada layanan dan *structural assurance* dalam niat kelanjutan layanan *Fintech*, serta peran faktor teknis dan faktor sosial dalam mengembangkan kepercayaan pada layanan dan *structural assurance*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan pada layanan dan *structural assurance* dapat mendorong niat layanan teknologi keuangan yang berkelanjutan. *System quality*, *situational normality* dan *subjective norm* dapat membantu membangun kepercayaan pada layanan.

Selanjutnya penelitian terkait selanjutnya oleh (Udayana et al., 2018) memeriksa pengaruh *perceived security* dan *information quality* terhadap *online purchase intention* melalui *trust*. Hasil dari penelitian tersebut yaitu *perceived security* dan *information quality* berpengaruh positif terhadap *trust* serta *perceived security*, *information quality* dan *trust* berpengaruh positif terhadap *online purchase intention*.

Kemudian penelitian terdahulu yang terkait yaitu dilakukan oleh (Tangmanee & Rawsena, 2016) memeriksa pengaruh *perceived risk* dan reputasi situs web terhadap kepercayaan serta niat pembelian terhadap transaksi *online*.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yang dan Lee (2016) mengungkapkan bahwa *service quality*, *information quality*, *structural assurance*, *awareness* dan *reputation* memengaruhi kepercayaan pemberi pinjaman secara signifikan pada platform pinjaman *peer to peer lending*. Kemudian *awareness*, *reputation* dan *perceived risk* secara signifikan memengaruhi kepercayaan pemberi pinjaman pada peminjam dan niat meminjamkan. Selanjutnya *trust propensity* memiliki efek positif pada kepercayaan pemberi pinjaman pada peminjam. Terakhir, *awareness*, *reputation*, *perceived risk*, *platform trust* and *borrower trust* dapat secara langsung memengaruhi niat pemberi pinjaman.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Zhenning Wang,	<i>What Determines</i>	<i>Trust</i> pada layanan dan	Menggunakan variabel	Menambahkan variabel

	Zhengzhi (Gordon) GUAN, Fangfang Hou and Boying Li, Wangyue Zhou	<i>Customers' Continuance Intention of FinTech? Evidence from YuEbao</i>	<i>structural assurance</i> dapat mendorong niat menggunakan layanan teknologi keuangan yang berkelanjutan. <i>System quality, situational normality dan subjective norm</i> dapat membantu membangun <i>trust</i> pada layanan.	berupa <i>trust</i> dan <i>structural assurance</i>	independent berupa <i>reputation, information quality</i> dan <i>risk</i> . Serta variable dependen yang lebih spesifik yaitu <i>peer to peer lending syariah</i> .
2	IBN Udayana, Putri Dwi Cahyani dan Desti	Pengaruh <i>Perceived Security dan Information Quality</i>	<i>Perceived security dan information quality</i> berpengaruh	Menggunakan variabel berupa, <i>information quality</i> dan	Menambahkan <i>perceived reputation, perceived structural</i>

	Nur Chotimah Manajemen,	Terhadap <i>Online Purchase Intention</i> Melalui <i>Trust</i>	positif terhadap <i>trust</i> serta <i>perceived security, information quality</i> dan <i>trust</i> berpengaruh positif terhadap <i>online purchase intention</i> .	<i>trust</i>	<i>assurance</i> dan <i>perceived risk</i> pada variabel independen, masyarakat muslim sebagai objek dan variabel dependen yaitu <i>peer to peer lending</i> syariah.
3	Qin Yang, Young-Chan Lee	<i>Influencing Factors on the Lending Intention of Online Peer-to-Peer Lending: Lessons from Renrendai.com</i>	<i>Service quality, information quality, structural assurance, awareness</i> dan <i>reputation</i> memengaruhi kepercayaan pemberi	Menggunakan variabel berupa <i>reputation, structural assurance, information quality, risk</i> dan <i>trust</i>	Perbedaan terletak pada variabel dependen yang digunakan lebih spesifik yaitu <i>peer to peer lending</i> syariah, serta

			<p>pinjaman secara signifikan pada <i>platform</i> pinjaman <i>peer to peer lending</i> online. Kedua, <i>awareness</i>, <i>reputation</i> dan <i>perceived risk</i> secara signifikan memengaruhi kepercayaan pemberi pinjaman pada peminjam dan niat meminjamkan. Ketiga, <i>trust propensity</i> memiliki efek positif pada kepercayaan</p>	<p>masyarakat muslim sebagai objek.</p>
--	--	--	--	---

			<p>pemberi pinjaman pada peminjam.</p> <p>Terakhir, <i>awareness</i>, <i>reputation</i>, <i>perceived risk</i>, <i>platform trust</i> and <i>borrower trust</i> dapat secara langsung memengaruhi niat pemberi pinjaman</p>		
4	Tangmanee dan Rawsena	<i>Direct and Indirect Effects of Perceived Risk and Website Reputation on Purchase Intention: A</i>	<i>Perceived risk</i> yang dirasakan pelanggan dan reputasi situs web secara signifikan mempengaruhi kepercayaan	Menggunakan variabel berupa <i>perceived risk</i> , <i>trust</i> dan <i>reputation</i>	Menambahkan variabel <i>perceived structural assurance</i> , dan <i>perceived information quality</i> pada

		<i>Mediating Role of Online Trust</i>	dan niat pembelian terhadap transaksi <i>online</i> .		variabel independen serta variabel dependen yang berbedda yaitu <i>peer to peer lending syariah</i>
5	Dwi Putra Jati Aribowo dan Mahendra Adhi Nugroho	Pengaruh <i>Trust</i> dan <i>Perceived of Risk</i> Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan <i>E-Commerce</i>	Terdapat pengaruh positif pengaruh negatif <i>perceived of risk</i> secara parsial dan simultan terhadap Niat untuk Bertransaksi menggunakan <i>e-commerce</i>	Menggunakan variabel <i>perceived risk</i> dan <i>trust</i>	Menambahkan variabel <i>perceived structural assurance</i> , dan <i>perceived information quality</i> dan <i>perceived reputation</i> pada variabel independen serta variabel dependen

			<p>pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta serta</p>		<p>yang berbedda yaitu <i>peer to peer lending</i> syariah</p>
--	--	--	--	--	--

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh *Perceived Reputation* Terhadap Niat Menggunakan Platform *Peer to Peer Lending* Syariah

Menurut Sánchez-Alzate & Sánchez-Torres (2017) reputasi merupakan apa yang biasanya dikatakan atau diyakini mengenai sifat atau status seorang atau benda, apabila organisasi memiliki reputasi yang baik maka akan mendapatkan sikap yang lebih positif terhadap penawaran pelanggannya, karena pembeli akan lebih menyukai penjual yang telah dikenal. Menurut (Tangmanee & Rawsena, 2016) reputasi yang dirasakan memiliki dampak terhadap niat dalam melakukan pembelian, apabila masyarakat melihat reputasi toko *online* yang baik maka pembeli akan cenderung berniat untuk membeli di toko *online* tersebut. Dalam konteks *peer to peer lending* syariah, tentunya masyarakat muslim perlu

mengetahui reputasi dari *platform* tersebut yang kemudian akan mempengaruhi niat masyarakat dalam menggunakan *platform peer to peer lending syariah*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan Tangmanee dan Rawsena (2016), reputasi situs web berpengaruh positif terhadap niat pembelian pada toko *online*. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

H1: *Perceived reputation* berpengaruh positif terhadap niat masyarakat muslim untuk menggunakan *peer to peer lending syariah*

2.3.2 Pengaruh *Perceived Structural Assurance* Terhadap Niat Menggunakan *Platform Peer to Peer Lending Syariah*

Menurut Wang et al (2019) tingkat jaminan struktural yang tinggi dapat mengurangi risiko yang dirasakan, membantu pelanggan mengatasi ketakutan akan potensi kerugian dan meningkatkan kepercayaan pelanggan bahwa kegiatan keuangan dapat dilakukan secara aman dan terjamin, sehingga mereka lebih berkeinginan untuk melanjutkan penggunaan. Jaminan struktural memberikan keyakinan kepercayaan awal konsumen terhadap vendor, sehingga konsumen berniat untuk membeli dari vendor tersebut (J. B. Kim, 2012).

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan (Wang et al., 2019), Jaminan struktural yang dirasakan pelanggan secara positif berpengaruh terhadap niat berkelanjutan mereka untuk menggunakan *fintech* YuEbao. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

H2: *Perceived structural assurance* berpengaruh positif terhadap niat masyarakat muslim untuk menggunakan peer to peer lending syariah

2.3.3 Pengaruh *Perceived Information Quality* Terhadap Niat Menggunakan Platform Peer to Peer Lending Syariah

Menurut Yang dan Lee (2016) dalam *platform peer to peer lending online*, pemberi pinjaman berharap menemukan cara yang lebih mudah digunakan dan mudah dipahami untuk meminjam atau berinvestasi serta dapat memperoleh informasi tentang transaksi, jika informasi yang diberikan oleh *platform* tidak relevan, atau tidak akurat, pemberi pinjaman mungkin mempertanyakan kemampuan dan integritas penyedia pinjaman *peer to peer lending online* untuk menyediakan investasi pinjaman *peer to peer lending online* yang sesuai.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan (Udayana et al., 2018), *information quality* berpengaruh positif terhadap *online purchase intention* pada Sorabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *information quality* akan diikuti dengan kenaikan *online purchase intention*

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

H3: *Perceived information quality* berpengaruh positif terhadap niat masyarakat muslim untuk menggunakan peer to peer lending syariah

2.3.4 Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap Niat Menggunakan Platform *Peer to Peer Lending Syariah*

Perceived risk merupakan hambatan utama bagi pembeli untuk mempertimbangkan melakukan pembelian online (Sánchez-Alzate & Sánchez-Torres, 2017). Menurut Poeteri et al (2021) menggunakan platform *peer to peer lending* akan membawa risiko kepada peminjam atau pemberi pinjaman dari kemungkinan perilaku yang tidak menguntungkan seperti resiko gagal bayar, penipuan dan penyalahgunaan data pribadi. Apabila masyarakat merasakan sejumlah risiko tertentu dalam melakukan transaksi *online*, mereka cenderung tidak melakukan pembelian (Tangmanee & Rawsena, 2016).

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan (Tangmanee & Rawsena, 2016), risiko yang dirasakan pelanggan berpengaruh negatif terhadap niat beli. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

H4: *Perceived risk* berpengaruh negatif terhadap niat masyarakat muslim untuk menggunakan *peer to peer lending syariah*

2.3.5 Pengaruh *Trust* Terhadap Niat Menggunakan Platform *Peer to Peer Lending Syariah*

Menurut Yang dan Lee (2016) jika masyarakat memiliki *trust* yang tinggi terhadap platform *peer to peer lending* akan cenderung merasa aman atau nyaman untuk berinvestasi atau melakukan peminjaman. Ketika masyarakat memiliki *trust* yang semakin tinggi tentu dapat dijadikan ukuran untuk menumbuhkan niat untuk

bertransaksi secara *online*, semakin tinggi *trust* maka semakin tinggi niat untuk bertransaksi (Jati Ariwibowo & Nugroho, 2013)

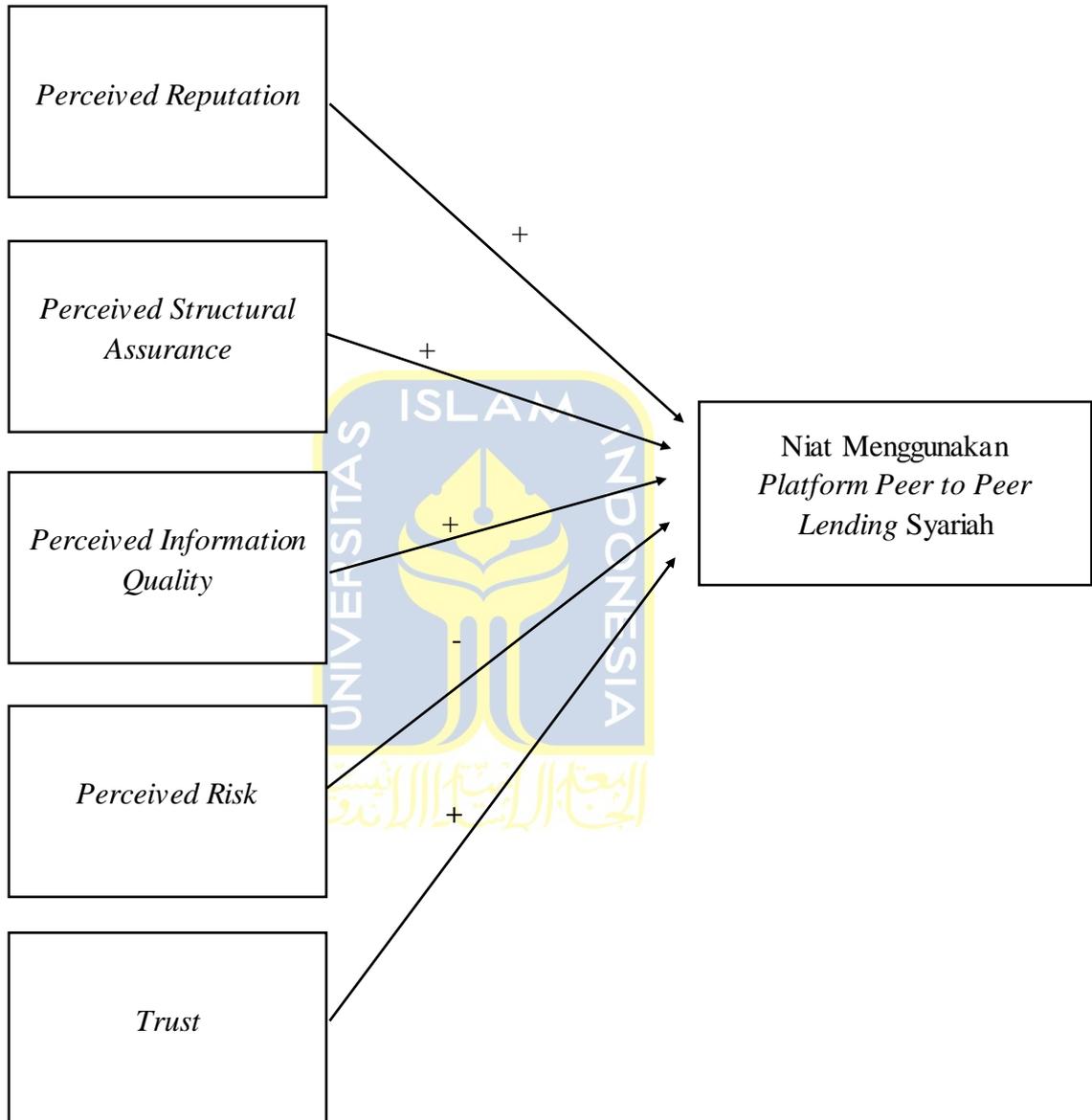
Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan Wang et al (2019), *trust* pelanggan YuEbao secara positif berpengaruh terhadap niat mereka untuk terus menggunakan *fintech* YuEbao.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

H5: *Trust* berpengaruh positif terhadap niat masyarakat muslim untuk menggunakan *peer to peer lending* syariah



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019) suatu wilayah yang digeneralisasi, terdiri dari objek/subyek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari kemudian dapat ditarik kesimpulan disebut populasi. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat beragama islam yang belum pernah menggunakan *platform peer to peer lending syariah*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Adapun kriteria sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu masyarakat bergama islam dan belum pernah menggunakan platform *peer to peer lending syariah*. Jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Berikut merupakan rumus slovin:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persentase kesalahan

Jumlah penduduk di Indonesia tahun 2020 adalah 270.203.917 jiwa (BPS, 2020). Sehingga sampel dalam perhitungan penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{270.203.917}{1 + 270.203.917 (0,1)^2}$$

$$n = 99,9$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel dalam penelitian ini disesuaikan menjadi 219 agar diperoleh hasil pengujian yang lebih baik.

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer. Data primer diperoleh dari pengisian kuisisioner menggunakan *google form* kepada responden yang terpilih sesuai dengan yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengetahui pengaruh *perceived reputation*, *perceived structural assurance*, *perceived information quality*, *perceived risk*, dan *trust* terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending* syariah. Skala likert yang digunakan yaitu skala likert 6 tingkat, karena dalam hal ini penulis menghindari responden untuk memilih pilihan netral.

3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Tujuan utama pada penelitian ini adalah untuk menganalisis persepsi masyarakat muslim mengenai *perceived reputation*, *perceived structural assurance*, *perceived information quality*, *perceived risk*, dan *trust* untuk

menggunakan *platform peer to peer lending* syariah. Pada penelitian ini, terdapat 2 variabel yang digunakan yaitu variabel dependen dan variabel independen.

3.3.1 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2013) variabel yang dihasilkan dari adanya variabel bebas atau terdapat variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas disebut variabel dependen. Dalam penelitian ini variable dependen yang digunakan adalah niat untuk menggunakan *platform peer to peer lending* syariah.

Indikator pada variable niat untuk menggunakan *platform peer to peer lending* syariah diadaptasi dari penelitian Chang dan Chen (2008) menjadi NM1, NM2, NM3. Berikut merupakan tabel pertanyaan mengenai niat untuk menggunakan *platform peer to peer lending* syariah.

Tabel 3.1 Pertanyaan Niat Menggunakan *Peer to Peer Lending* Syariah

Simbol	Indikator Pertanyaan	Referensi
NM1	Saya berniat menggunakan <i>platform peer to peer lending</i> syariah untuk melakukan pinjaman maupun berinvestasi	Chang dan Chen (2008)
NM2	Kemungkinan saya akan melakukan pinjaman maupun berinvestasi menggunakan <i>platform peer to peer lending</i> syariah dalam waktu dekat	

NM3	Saya berharap dapat menggunakan <i>platform peer to peer lending</i> syariah di masa mendatang	
-----	--	--

3.3.2 Variabel Independen

Variabel yang mempengaruhi variabel atau yang menjadi sebab adanya terikat disebut variabel independen (Sugiyono, 2013). Pengukuran variabel independen menggunakan skala Likert enam tingkat dengan rincian (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) agak tidak setuju, (4) agak setuju, (5) setuju, (6) sangat setuju. Adapun variable independen yang digunakan pada penelitian ini adalah

a. *Perceived Reputation*

Reputasi merupakan apa yang biasanya dikatakan atau diyakini mengenai sifat atau status seorang atau benda, apabila organisasi memiliki reputasi yang baik maka akan mendapatkan sikap yang lebih positif terhadap penawaran pelanggannya, karena pembeli akan lebih menyukai penjual yang telah dikenal (Sánchez-Alzate & Sánchez-Torres, 2017). Menurut Koufaris dan Hampton-Sosa (2004) *perceived reputation* memiliki pengaruh positif yang signifikan pada keyakinan dan niat bagi pelanggan maupun calon pelanggan untuk mempercayai suatu perusahaan.

Indikator pada variable *perceived reputation* diadaptasi dari penelitian Poeteri et al (2021) dan Koufaris & Hampton-Sosa (2004) yaitu PRE1, PRE2,

PRE3, PRE4, PRE5. Berikut merupakan tabel pertanyaan mengenai *perceived reputation*.

Tabel 3.2 Pertanyaan *Perceived Reputation*

Simbol	Indikator Pertanyaan	Referensi
PRE1	Saya merasa <i>platform peer to peer lending</i> syariah memiliki reputasi yang baik	Poeteri et al (2021) dan Koufaris & Hampton-Sosa (2004)
PRE2	Platform <i>peer to peer lending</i> syariah dikenal sebagai perantara alternatif untuk pemodalan dan investasi sesuai dengan prinsip syariah	
PRE3	Platform <i>peer to peer lending</i> syariah dikenal sebagai inovasi layanan keuangan pinjam meminjam selain bank	
PRE4	Saya merasa <i>platform peer to peer lending</i> syariah telah dikenal luas oleh masyarakat	
PRE5	Popularitas <i>platform peer to peer lending</i> syariah dapat memengaruhi pandangan untuk melakukan pinjaman maupun berinvestasi	

b. *Perceived Structural Assurance*

Structural assurance adalah membangun kepercayaan berbasis sistem serta berperan sebagai jaminan yang melindungi informasi serta membangun kepercayaan dan keyakinan awal pada layanan pinjaman *peer to peer online* (Yang & Lee, 2016).

Indikator pada variabel *perceived structural assurance* diadaptasi dari penelitian Poeteri et al (2021) yaitu PSA1, PSA2, PSA3, PSA4, PSA5. Berikut merupakan tabel pertanyaan mengenai *perceived structural assurance*

Tabel 3.3 Pertanyaan *Perceived Structural Assurance*

Simbol	Indikator Pertanyaan	Referensi
PSA1	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah memiliki teknologi keamanan (enkripsi) yang memadai untuk melindungi transaksi	Poeteri et al (2021)
PSA2	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah memiliki perlindungan hukum untuk memastikan keberhasilan transaksi	
PSA3	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah memberikan jaminan asuransi untuk melindungi dana investasi jika terjadi	

	gagal bayar oleh peminjam	
PSA4	Pada <i>platform peer to peer lending</i> syariah terdapat transparansi dalam proses persetujuan pembiayaan	
PSA5	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah memiliki perlindungan privasi yang memberikan rasa aman dalam bertransaksi	

c. *Perceived Information Quality*

Dalam *platform peer to peer lending online*, pemberi pinjaman berharap menemukan cara yang lebih mudah digunakan dan mudah dipahami untuk meminjam atau berinvestasi serta dapat memperoleh informasi tentang transaksi, jika informasi yang diberikan oleh platform tidak relevan, atau tidak akurat, pemberi pinjaman mungkin mempertanyakan kemampuan dan integritas penyedia pinjaman *peer to peer online* untuk menyediakan investasi pinjaman *peer to peer online* yang sesuai (Yang & Lee, 2016).

Indikator pada variabel *perceived information quality* diadaptasi dari Poeteri et al (2021) yaitu PIQ1, PIQ2, PIQ3, PIQ4, PIQ5. Berikut merupakan tabel pertanyaan mengenai *perceived information quality*

Tabel 3.4 *Pertanyaan Perceived Information Quality*

Simbol	Indikator Pertanyaan	Referensi
PIQ1	<i>Platform peer to peer lending syariah</i> memberikan informasi yang dapat dipercaya	Poeteri et al (2021)
PIQ2	<i>Platform peer to peer lending syariah</i> memberikan informasi yang bermanfaat	
PIQ3	<i>Platform peer to peer lending syariah</i> memberikan informasi mengenai peminjam	
PIQ4	<i>Platform peer to peer lending syariah</i> memberikan informasi mengenai investasi	
PIQ5	<i>Platform peer to peer lending syariah</i> memberikan informasi mengenai imbal hasil kepada peminjam dan pemberi pinjaman	

d. *Perceived Risk*

Berinvestasi atau melakukan pinjaman melalui *platform Peer to peer lending* akan membawa risiko kepada peminjam atau pemberi pinjaman dari

kemungkinan perilaku yang tidak menguntungkan seperti resiko gagal bayar, penipuan dan penyalahgunaan data pribadi (Poeteri et al., 2021).

Indikator pada variabel *perceived Risk* diadaptasi dari Featherman dan Pavlou (2003) dan Chang dan Chen (2008) dan yaitu PR1, PR2, PR3, PR4, PR5.

Berikut merupakan tabel pertanyaan mengenai *perceived Risk*

Tabel 3.4 Pertanyaan *Perceived Risk*

Simbol	Indikator Pertanyaan	Referensi
PR1	Saya percaya bahwa berinvestasi melalui <i>platform peer to peer lending</i> syariah beresiko karena tidak dapat memberikan jaminan pengembalian dana	Featherman dan Pavlou (2003) dan Chang dan Chen (2008)
PR2	Saya percaya bahwa jika menggunakan <i>platform peer to peer lending</i> akan beresiko karena dapat menyebabkan kerugian finansial bagi investor seperti gagal bayar	
PR3	Saya percaya bahwa jika menggunakan <i>platform peer to peer lending</i> syariah akan beresiko karena dapat menyebabkan kerugian waktu bagi saya	

PR4	Saya percaya bahwa jika menggunakan <i>platform peer to peer lending</i> syariah akan berisiko karena akan menyebabkan hilangnya privasi seperti kebocoran data	
PR5	Saya percaya bahwa jika menggunakan <i>platform peer to peer lending</i> syariah akan berisiko karena tidak akan mendapatkan hasil yang diharapkan	

e. *Trust*

Menurut Yang dan Lee (2016) Menurut Yang dan Lee (2016) jika masyarakat memiliki *trust* yang tinggi terhadap platform peer to peer lending akan cenderung merasa aman atau nyaman untuk berinvestasi atau melakukan peminjaman.

Indikator pada variabel *Trust* diadaptasi dari penelitian Chang dan Chen (2008) dan Kim et al (2008) adalah TRUST1, TRUST2, TRUST3, TRUST4, TRUST5. Berikut merupakan tabel pertanyaan mengenai *Trust*

Tabel 3.5 Pertanyaan *Trust*

Simbol	Indikator Pertanyaan	Referensi
TRUST1	<i>Peer to peer lending</i> syariah merupakan	

	platform yang dapat dipercaya	Chang dan Chen (2008) dan Kim et al (2008)
TRUST2	<i>Peer to peer lending</i> syariah merupakan platform yang aman dan dapat diandalkan	
TRUST3	<i>Platform</i> peer to peer lending syariah dikenal sebagai platform yang berkomitmen dan menepati janji	
TRUST4	Saya akan percaya pada informasi yang diberikan <i>platform peer to peer lending</i> syariah	
TRUST5	Saya percaya <i>platform peer to peer lending</i> syariah akan memikirkan kepentingan terbaik saya	

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul tanpa menarik kesimpulan yang valid untuk umum (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini disajikan tabel karakteristik demografi responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan.

3.4.2 Uji Instrumen Penelitian

3.4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya setiap indikator penelitian dalam kuesioner. Apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner, maka kuesioner tersebut dapat dikatakan valid. Dalam penelitian ini, uji validitas digunakan untuk menganalisis item-item dalam kuesioner dengan mengkorelasikan jumlah skor faktor/butir dengan skor total. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka butir pertanyaan tersebut valid.

3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung nilai cronbach alpha masing-masing variabel. Menurut Haryono (2016)

jika nilai *Cronbach's Alpha* memiliki nilai $\geq 0,7$ maka jawaban dari para responden pada kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian linier berganda, terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik dengan tujuan agar data yang dihasilkan tidak bias sehingga data dapat dianalisa lebih lanjut. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas.

3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menilai sebaran data dalam suatu kelompok data atau variabel terdistribusi secara normal atau tidak. Tujuan uji normalitas yaitu untuk mengetahui apakah setiap variabel terdistribusi normal. Dalam pengujian normalitas dapat diketahui dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Kriteria pengambilan keputusan uji Kolmogorov-Smirnov yaitu apabila nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,05$ maka dapat dinyatakan nilai residual memiliki distribusi normal.

3.4.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat hubungan/korelasi antara variabel independen yang digunakan. Apabila dalam model regresi menunjukkan tidak adanya hubungan antar variabel maka dapat dinyatakan bahwa model regresi tersebut baik atau tidak ada gejala multikolinier. Untuk mengetahui apakah

terdapat multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai TOL (Tolerance) dan VIF (Variance Inflation Factor). Apabila nilai TOL (Tolerance) > 0,10 atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independennya (Ghozali, 2011).

3.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Apabila varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi > 0,05.

3.4.4 Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap suatu variabel terikat. Perumusan model persamaan regresi linear berganda yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Menggunakan *peer to peer lending* syariah

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi untuk X_1

b_2 = Koefisien regresi untuk X_2

b_3 = Koefisien regresi untuk X_3

b_4 = Koefisien regresi untuk X_4

b_5 = Koefisien regresi untuk X_5

X_1 = Perceived reputation

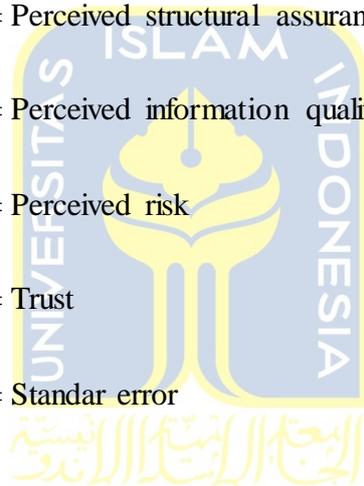
X_2 = Perceived structural assurance

X_3 = Perceived information quality

X_4 = Perceived risk

X_5 = Trust

e = Standar error



3.4.5 Uji Hipotesis

3.4.5.1 Uji R-Square

Uji determinasi (R-Square) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Besar nilai dari R-Square adalah dari 0 sampai dengan 1. Menurut Ghozali (2011) Apabila nilai R-Square (R^2) mendekati satu menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan.

3.4.5.2 Uji F

Uji signifikan simultan (Uji F) digunakan untuk menguji hipotesis yang menunjukkan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas variabel secara simultan. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis dari pengaruh *perceived reputation*, *perceived structural assurance*, *perceived information quality*, *perceived risk*, dan *trust* terhadap platform peer to peer lending syariah apabila nilai probabilitas $< 0,05$ maka hipotesis alternatif diterima, atau dengan kata lain variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila nilai probabilitas $> 0,05$ maka hipotesis alternatif ditolak, atau dengan kata lain variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.4.5.3 Uji T

Uji statistik parsial (Uji T) digunakan untuk menguji hipotesis yang menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji T dilakukan dengan nilai probabilitas masing-masing variabel. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis dari pengaruh *perceived reputation*, *perceived structural assurance*, *perceived information quality*, *perceived risk*, dan *trust* terhadap platform *peer to peer lending* syariah apabila nilai probabilitas masing-masing variabel $< 0,05$. Jika nilai probabilitas masing-masing variabel $< 0,05$ maka

hipotesis alternatif diterima, jika nilai probabilitas masing-masing variabel $>0,05$ maka hipotesis alternatif ditolak.



BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menguraikan berupa hasil penelitian mengenai pengaruh *perceived reputation*, *perceived structural assurance*, *perceived information quality*, *perceived risk*, dan *trust* terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending* syariah pada masyarakat muslim di Indonesia. Untuk mendukung proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan alat uji berupa *software* SPSS versi 25.

4.1 Pilot Test

Pilot test digunakan untuk menguji kelayakan setiap item pertanyaan yang ada pada kuisisioner penelitian apakah sudah sesuai dan telah dimengerti oleh responden, sebelum kuisisioner tersebut disebarkan pada responden yang sesungguhnya. Adapun data hasil pelaksanaan *pilot test* adalah:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden *Pilot Test*

Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	5	50%
Perempuan	5	50%
Usia		
18 – 28 tahun	7	70%
51 – 61 tahun	3	30%
Pendidikan		
SMA/SMK	5	50%

Sarjana	5	50%
Pekerjaan		
Siswa / Mahasiswa	5	50%
Wiraswasta	5	50%
Penghasilan (per bulan)		
< Rp 2.000.000	7	70%
Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000	2	20%
> Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	1	10%

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Responden pada pilot study ini berjenis kelamin laki-laki (50%) dan perempuan (50%). Rentang usia responden pada penelitian ini mayoritas dengan kelompok usia 18-28 tahun (70%). Tingkat Pendidikan responden ini yaitu SMA/SMK (50%) dan sarjana (50%). Selanjutnya pekerjaan responden sebagai siswa/mahasiswa (50%) dan wiraswasta (50%). Sementara, penghasilan per bulan didominasi responden yang berpenghasilan < Rp 2.000.000 (70%)

Tabel 4.2 Hasil Evaluasi Responden *Pilot Test*

Responden	Kritik dan Saran
1	Sudah baik, ditingkatkan lagi. Gambaran umum P2P landing sudah bagus
2	Diberi nama/identitas, nomor WA untuk memudahkan komunikasi apabila responden bingung mengisi. Bisa ditambah reward untuk menarik responden supaya bersemangat untuk mengisi.
3	:) (sudah jelas)
4	Rewardnya yang banyak mas (diberi nama dan kontak

	responden)
5	Semangatt yayasas (ada typo di petunjuk pengisian)
6	Cukup jelas
7	Tidak ada (sudah lengkap pertanyaan per variable nya)
8	sudah bagus, pertanyaan sudah jelas dan mudah dipahami, petunjuk pengisian nya juga sudah jelas
9	Sudah jelas dan ditambah sudah diberi contohnya sehingga membuat orang awam menjadi lebih paham
10	Pertanyaannya agak membingungkan karena ada 2 jenis pertanyaan (ada pernyataan positif serta ada juga pernyataan negatif sehingga perlu ketelitian lebih untuk mengisinya)

4.2 Deskripsi Data Responden

4.2.1 Deskripsi Data Umum Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan masyarakat muslim Indonesia yang belum pernah menggunakan *platform peer to peer lending* syariah. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Responden yang mengisi kuesioner penelitian ini sebanyak 219 orang.

4.2.2 Deskripsi Karakteristik Demografi Responden

Tabel dibawah menunjukkan hasil deskripsi karakteristik demografi responden yang telah terkumpul:

Tabel 4.3 Profil Data Demografi Responden

Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)	Persentase Kumulatif (%)
Jenis Kelamin			
Laki-laki	114	52,1	52,1
Perempuan	105	47,9	100
Usia			
18 - 28	103	47,03	47,03
29 - 39	50	22,83	69,86
40 - 50	37	16,9	86,76
51 - 61	23	10,5	97,26
≥ 62	6	2,74	100
Pendidikan Terakhir			
SMP	11	5	5
SMA/SMK	75	34,2	39,2

Diploma	21	9,6	48,8
Sarjana	111	50,7	99,5
Pascasarjana	1	0,5	100
Pekerjaan			
Siswa / Mahasiswa	81	37	37
Dosen / Guru	2	0,9	37,9
PNS	3	1,36	39,26
Pegawai Swasta	51	23,29	62,55
Pegawai BUMN	1	0,46	63,01
Wiraswasta	56	25,58	88,59
Ibu rumah tangga	17	7,76	96,35
Lainnya	8	3,65	100
Penghasilan Per Bulan			
< Rp 2.000.000	95	43,4	43,4
Rp 2.000.000 - Rp	87	39,7	83,1

5.000.000			
> Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	35	16	99,1
Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	2	0,9	100
> Rp 20.000.000	0	0	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diperoleh kesimpulan bahwa dari 219 responden yang mengisi kuisisioner, jumlah responden didominasi oleh laki-laki dengan persentase 52,1% atau 114 responden, sedangkan responden perempuan berjumlah 105 atau 47,1%.

b. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diperoleh kesimpulan bahwa dari 219 responden yang mengisi kuisisioner, didominasi oleh usia dengan rentan 18 hingga 28 tahun dengan jumlah 103 responden atau dengan persentase 47,03%, kemudian usia dengan rentan 29 hingga 39 tahun berjumlah 50 responden atau 22,83%, lalu usia dengan rentan 40 hingga 50 tahun berjumlah 37 responden atau 16,9%, selanjutnya usia dengan rentan 51 hingga 61 tahun berjumlah 23 responden atau 10,5% dan

terakhir dengan jumlah paling sedikit dengan rentan usia diatas 61 tahun berjumlah 6 responden atau 2,74%.

c. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diperoleh kesimpulan bahwa dari 219 responden yang mengisi kuisisioner, didominasi responden dengan Pendidikan terakhir sarjana dengan jumlah 111 atau 50,7%, kemudian 75 responden atau 34,2% dengan pendidikan terakhir SMA/SMK, lalu 21 responden atau 9,6% dengan pendidikan terakhir diploma, selanjutnya 11 responden atau 5% dengan pendidikan terakhir SMP dan 1 responden atau 0,5% dengan Pendidikan terakhir pascasarjana.

d. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diperoleh kesimpulan bahwa dari 219 responden yang mengisi kuisisioner, didominasi responden dengan pekerjaan siswa / mahasiswa dengan jumlah 81 atau 37%, selanjutnya 56 responden atau 25,58% dengan pekerjaan wiraswasta, kemudian 51 responden atau 23,29% dengan pekerjaan pegawai swasta, lalu 17 responden atau 7,76% dengan pekerjaan ibu rumah tangga, berikutnya 8 responden memilih opsi lainya atau 3,65%, selanjutnya 3 responden atau 1,36% dengan pekerjaan PNS, kemudian 2 responden atau 0,9% dengan pekerjaan guru / dosen, dan yang terakhir 1 responden atau 0,46% dengan pekerjaan pegawai BUMN.

e. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diperoleh kesimpulan bahwa dari 219 responden yang mengisi kuisisioner, didominasi responden dengan penghasilan per bulan kurang

dari dua juta rupiah dengan jumlah 95 atau 43,4%, lalu 87 responden atau 39,7% dengan penghasilan per bulan antara dua juta rupiah hingga 5 juta rupiah, selanjutnya 35 responden atau 16% dengan penghasilan per bulan lebih dari lima juta rupiah hingga sepuluh juta rupiah, dan terakhir 2 responden atau 0,9% dengan penghasilan lebih dari sepuluh juta rupiah hingga dua puluh juta rupiah.

4.3 Statistik Deskriptif

Tabel 4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	SD
PRE	219	1	6	4,142	1,234
PSA	219	1,4	6	4,374	1,065
PIQ	219	1,2	6	4,441	1,106
PR	219	1	6	3,487	1,262
Trust	219	1	6	4,403	1,121
NM	219	1,33	6	4,186	1,129

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari tabel 4.4, untuk variabel niat *menggunakan peer to peer lending* syariah menunjukkan nilai *minimum* sebesar 1,33 dengan nilai *maximum* 6, kemudian nilai rata-rata berjumlah 4,186 dan nilai *standar deviasi* yang dihasilkan adalah 1,129. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih besar

dari *standar deviasi*, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal serta tidak bias.

Variabel PRE menghasilkan nilai *minimum* sebesar 1 dengan nilai *maximum* 6, kemudian nilai rata-rata berjumlah 4,142 dan nilai *standar deviasi* yang dihasilkan adalah 1,234. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih besar dari *standar deviasi*, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal serta tidak bias.

Variabel PSA menghasilkan nilai *minimum* sebesar 1,4 dengan nilai *maximum* 6, kemudian nilai rata-rata berjumlah 4,374 dan nilai *standar deviasi* yang dihasilkan adalah 1,065. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih besar dari *standar deviasi*, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal serta tidak bias.

Variabel PIQ menghasilkan nilai *minimum* sebesar 1,2 dengan nilai *maximum* 6, kemudian nilai rata-rata berjumlah 4,441 dan nilai *standar deviasi* yang dihasilkan adalah 1,106. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih besar dari *standar deviasi*, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal serta tidak bias.

Variabel PR menghasilkan nilai *minimum* sebesar 1 dengan nilai *maximum* 6, kemudian nilai rata-rata berjumlah 3,487 dan nilai *standar deviasi* yang dihasilkan adalah 1,262. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih besar dari *standar deviasi*, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal serta tidak bias.

Variabel *Trust* menghasilkan nilai *minimum* sebesar 1 dengan nilai *maximum* 6, kemudian nilai rata-rata berjumlah 4,403 dan nilai *standar deviasi* yang dihasilkan adalah 1,121. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih besar dari *standar deviasi*, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal serta tidak bias.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya setiap indikator penelitian dalam kuesioner. Apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner, maka kuesioner tersebut dapat dikatakan valid. Dalam penelitian ini, uji validitas digunakan untuk menganalisis item-item dalam kuesioner dengan mengkorelasikan jumlah skor faktor/butir dengan skor total. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel. Apabila *r* hitung > *r* tabel, maka butir pertanyaan tersebut valid. Untuk N 219 dengan tingkat signifikansi 5% dengan *df* = N-2, maka didapatkan *df* 217 dengan *r* tabel 0,133.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	PRE1	0,861	0,133	Valid

2	PRE2	0,863	0,133	Valid
3	PRE3	0,868	0,133	Valid
4	PRE4	0,783	0,133	Valid
5	PRE5	0,870	0,133	Valid
6	Total PRE	1	0,133	Valid
7	PSA1	0,839	0,133	Valid
8	PSA2	0,867	0,133	Valid
9	PSA3	0,873	0,133	Valid
10	PSA4	0,844	0,133	Valid
11	PSA5	0,854	0,133	Valid
12	Total PSA	1	0,133	Valid
13	PIQ1	0,899	0,133	Valid
14	PIQ2	0,881	0,133	Valid
15	PIQ3	0,857	0,133	Valid
16	PIQ4	0,901	0,133	Valid
17	PIQ5	0,881	0,133	Valid
18	Total PIQ	1	0,133	Valid

19	PR1	0,865	0,133	Valid
20	PR2	0,879	0,133	Valid
21	PR3	0,865	0,133	Valid
22	PR4	0,865	0,133	Valid
23	PR5	0,887	0,133	Valid
24	Total PR	1	0,133	Valid
25	TRUST1	0,884	0,133	Valid
26	TRUST2	0,886	0,133	Valid
27	TRUST3	0,878	0,133	Valid
28	TRUST4	0,902	0,133	Valid
29	TRUST5	0,890	0,133	Valid
30	Total TRUST	1	0,133	Valid
31	NM1	0,934	0,133	Valid
32	NM2	0,912	0,133	Valid
33	NM3	0,876	0,133	Valid
34	Total NM	1	0,133	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari tabel 4.5, didapatkan bahwa setiap pertanyaan menghasilkan koefisien korelasi r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan valid.

4.4.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung nilai cronbach alpha masing-masing variabel. Menurut Haryono (2016) jika nilai *Cronbach's Alpha* memiliki nilai $\geq 0,7$ maka jawaban dari para responden pada kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Indikator Standard	Keterangan
1	PRE	0,902	$\geq 0,7$	Reliabel
2	PSA	0,908	$\geq 0,7$	Reliabel
3	PIQ	0,929	$\geq 0,7$	Reliabel
4	PR	0,921	$\geq 0,7$	Reliabel
5	TRUST	0,933	$\geq 0,7$	Reliabel
6	NM	0,892	$\geq 0,7$	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji reabilitas pada tabel 4.6, menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,7$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan teruji reabilitasnya sehingga dapat dinyatakan reliabel.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menilai sebaran data dalam suatu kelompok data atau variabel terdistribusi secara normal atau tidak. Tujuan uji normalitas yaitu untuk mengetahui apakah setiap variabel terdistribusi normal. Dalam pengujian normalitas dapat diketahui dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Kriteria pengambilan keputusan uji Kolmogorov-Smirnov yaitu apabila nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,05$ maka dapat dinyatakan nilai residual memiliki distribusi normal.

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		219
Normal Parameter	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,93017056
Most Extreme Differences	Absolute	0,043
	Positive	0,023

	Negative	-0,043
Test Statistic		0,043
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov pada tabel 4.7 menyatakan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan nilai residual memiliki distribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat hubungan/korelasi antara variabel independen yang digunakan. Apabila dalam model regresi menunjukkan tidak adanya hubungan antar variabel maka dapat dinyatakan bahwa model regresi tersebut baik atau tidak ada gejala multikolinier. Untuk mengetahui apakah terdapat multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai TOL (Tolerance) dan VIF (Variance Inflation Factor). Apabila nilai TOL (Tolerance) > 0,10 atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independennya (Ghozali, 2011).

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Metode VIF			Metode TOL		
	Nilai	Min	Keterangan	Nilai	Min	Keterangan

	VIF	VIF		TOL	TOL	
PR	3,968	< 10	tidak ada gejala multikolinier	0,252	> 0,10	tidak ada gejala multikolinier
PSA	5,082	< 10	tidak ada gejala multikolinier	0,197	> 0,10	tidak ada gejala multikolinier
PIQ	6,055	< 10	tidak ada gejala multikolinier	0,165	> 0,10	tidak ada gejala multikolinier
PR	1,188	< 10	tidak ada gejala multikolinier	0,841	> 0,10	tidak ada gejala multikolinier
TRUST	3,971	< 10	tidak ada gejala multikolinier	0,252	> 0,10	tidak ada gejala multikolinier

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 4.8, menghasilkan nilai VIF < 10 dan nilai TOL > 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independennya.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Apabila varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini menggunakan uji glejser untuk menguji apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak. Apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Variabel	Nilai Signifikansi	> 0,05	Keterangan
PRE	0,344	> 0,05	homokedastisitas
PSA	0,791	> 0,05	homokedastisitas
PIQ	0,853	> 0,05	homokedastisitas
PR	0,266	> 0,05	homokedastisitas
TRUST	0,360	> 0,05	homokedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji glejser pada tabel 4.9, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi > 0,05

sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.6 Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap suatu variabel terikat. Hubungan dan pengaruh tersebut dapat ditentukan dengan melihat koefisien regresi. Apabila koefisien regresi tersebut positif maka terdapat hubungan yang positif. Artinya semakin tinggi nilai X maka semakin tinggi juga nilai Y. Kemudian jika koefisien regresi tersebut negatif maka terdapat hubungan yang negatif. Artinya semakin tinggi nilai X maka semakin rendah nilai Y.

Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.283	.966		2.364	.019
	Perceived Reputation	.067	.050	.115	1.340	.182
	Perceived Structural Assurance	.156	.065	.232	2.389	.018
	Perceived Information Quality	.110	.067	.175	1.655	.099
	Perceived Risk	-.045	.026	-.081	-1.729	.085
	Trust	.173	.053	.279	3.259	.001

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 2,283 + 0,067 (X_1) + 0,156 (X_2) + 0,110 (X_3) - 0,045 (X_4) + 0,173 (X_5) + e$$

Berdasarkan tabel 4.10 maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

a. Konstanta

Nilai konstanta sebesar 2,283 menggambarkan bahwa nilai Y sebesar 2,283 dengan nilai X1, X2, X3, X4 dan X5 konstan. Hasil ini menunjukkan bahwa apabila *perceived reputation*, *perceived structural assurance*, *perceived information quality*, *perceived risk* dan *trust* berpengaruh kepada niat menggunakan *peer to peer lending* syariah, maka niat menggunakan *peer to peer lending* syariah bernilai 2,283.

b. $X_1 = 0,067$

Perceived reputation memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,067 hal ini mengartikan bahwa semakin tinggi / naik nilai atas *perceived reputation* dengan asumsi variabel lain tetap, maka niat untuk menggunakan *peer to peer lending* syariah akan meningkat sebesar 0,067

c. $X_2 = 0,156$

Perceived structural assurance memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,156 hal ini mengartikan bahwa semakin tinggi / naik nilai atas *perceived structural assurance* dengan asumsi asumsi variabel

lain tetap, maka niat untuk menggunakan *peer to peer lending* syariah akan meningkat sebesar 0,156.

d. $X_3 = 0,110$

Perceived information quality memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,110 hal ini mengartikan bahwa semakin tinggi / naik nilai atas *perceived information quality* dengan asumsi asumsi variabel lain tetap, maka niat untuk menggunakan *peer to peer lending* syariah akan meningkat sebesar 0,110

e. $X_4 = -0,045$

Perceived risk memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,045 hal ini mengartikan bahwa semakin tinggi / naik nilai atas *perceived risk* dengan asumsi asumsi variabel lain tetap, maka niat untuk menggunakan *peer to peer lending* syariah akan menurun sebesar -0,045

f. $X_5 = 0,173$

Trust memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,173 hal ini mengartikan bahwa semakin tinggi / naik nilai atas *trust* dengan asumsi asumsi variabel lain tetap, maka niat untuk menggunakan *peer to peer lending* syariah akan meningkat sebesar 0,173.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Uji R-Square

Uji determinasi (R-Square) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Besar nilai dari R-Square adalah dari 0 sampai dengan 1. Menurut Ghozali (2011) Apabila nilai R-Square (R^2) mendekati satu menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan.

Tabel 4.11 Hasil Uji R-Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.606	.597	1.953

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji *R-Square* (R^2) pada tabel 4.11, diperoleh besarnya *adjusted R-square* adalah 0,597. Hasil tersebut menunjukkan bahwa 59,7% variabel dependen niat menggunakan *peer to peer lending* syariah dapat dijelaskan secara signifikan oleh variabel independen yang meliputi *perceived reputation*, *perceived structural assurance*, *perceived information quality*, *perceived risk* dan *trust*. Sedangkan nilai 40,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitiann ini.

4.7.2 Uji F

Uji signifikan simultan (Uji F) digunakan untuk menguji hipotesis yang menunjukkan pengaruh variabel independen secara bersama-sama

terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas variabel secara simultan. Dasar pengambilan keputusan apabila nilai probabilitas $< 0,05$ maka hipotesis alternatif diterima, atau dengan kata lain variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila nilai probabilitas $> 0,05$ maka hipotesis alternatif ditolak, atau dengan kata lain variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12 Hasil Uji F

Prob (F statistic)	0,000
--------------------	-------

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 nilai atas probabilitas variabel independen adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas $0,000 < 0,050$, maka nilai atas probabilitas variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu hipotesis alternatif diterima. Artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

4.7.3 Uji T

Uji statistik parsial (Uji T) digunakan untuk menguji hipotesis yang menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji T dilakukan dengan nilai probabilitas masing-masing variabel. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis apabila nilai probabilitas masing-masing variabel $< 0,05$ maka hipotesis alternatif

diterima, jika nilai probabilitas masing-masing variabel $> 0,05$ maka hipotesis alternatif ditolak.

Tabel 4.13 Hasil Uji T

Variabel	Probabilitas
Perceived Reputation	0,182
Perceived Structural Assurance	0,018
Perceived Information Quality	0,099
Perceived Risk	0,085
Trust	0,001

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 hasil Uji T dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. *Perceived Reputation*

Hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan nilai probabilitas 0,182. Artinya $0,182 > 0,05$ maka hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti variabel *perceived reputation* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending* syariah.

b. *Perceived Structural Assurance*

Hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan nilai probabilitas 0,018. Artinya $0,018 < 0,05$ maka hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti variabel *perceived structural assurance* berpengaruh

positif secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending* syariah.

c. *Perceived Information Quality*

Hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan nilai probabilitas 0,099. Artinya $0,099 > 0,05$ maka hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti variabel *perceived information quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending* syariah.

d. *Perceived Risk*

Hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan nilai probabilitas 0,085. Artinya $0,085 > 0,05$ maka hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti variabel *perceived risk* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending* syariah.

e. *Trust*

Hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan nilai probabilitas 0,001. Artinya $0,001 < 0,05$ maka hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti variabel *trust* berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending* syariah.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut, maka penjelasan secara singkat adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14 Keputusan Hipotesis

No	Hipotesis	Hasil Penelitian	Keputusan
1	<i>Perceived reputation</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan <i>peer to peer lending</i> syariah	<i>Perceived reputation</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan <i>peer to peer lending</i> syariah	H1 Ditolak
2	<i>Perceived structural assurance</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan <i>peer to peer lending</i> syariah	<i>Perceived structural assurance</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan <i>peer to peer lending</i> syariah	H2 Diterima
3	<i>Perceived information quality</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan <i>peer to peer lending</i> syariah	<i>Perceived information quality</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan <i>peer to peer lending</i> syariah	H3 Ditolak
4	<i>Perceived risk</i> berpengaruh negatif secara signifikan terhadap niat menggunakan <i>peer to peer lending</i> syariah	<i>Perceived risk</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan <i>peer to peer lending</i> syariah	H4 Ditolak

5	<i>Trust</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan <i>peer to peer lending</i> syariah	<i>Trust</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan <i>peer to peer lending</i> syariah	H5 Diterima
---	--	--	----------------

4.8 Pembahasan Hipotesis

4.8.1 Pengaruh Perceived Reputation Terhadap Niat Menggunakan Peer to Peer Lending Syariah

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 menunjukkan nilai probabilitas 0,182 ($0,182 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa *perceived reputation* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending* syariah sehingga hasil tersebut tidak sesuai dengan hipotesis penulis yang menyebutkan *perceived reputation* berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending* syariah. Pengaruh *perceived reputation* masih dalam kategori yang rendah sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *peer to peer lending* syariah. Hal ini ditunjukkan pada hasil dari PRE4 yang menunjukkan bahwa sebanyak 22,4% responden menjawab agak tidak setuju, 17,4% menjawab tidak setuju dan 3,7% menjawab sangat tidak setuju serta pada PRE5 menunjukkan hasil 16,9% menjawab agak tidak setuju, 12,8% tidak setuju dan 2,3% sangat tidak setuju. Hal ini berarti masih banyak masyarakat yang merasa bahwa *platform peer to peer*

lending syariah belum dikenal luas oleh masyarakat serta popularitas nya belum dapat mempengaruhi pandangan dalam melakukan pinjaman maupun berinvestasi. Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan Putro dan Hendratmoko (2019) yang menyatakan *reputation* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* layanan *peer to peer lending*. Hal tersebut diduga terjadi karena dari segi reputasi maupun popularitas LJK *fintech* yang menawarkan *peer to peer lending* khususnya masih termasuk dalam kategori yang baru, sehingga tentu jika dilihat dari segi popularitas ataupun reputasinya termasuk ke dalam kategori yang belum populer.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Lesmana (2019) juga menghasilkan keputusan bahwa *perceived reputation* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli *online*. Hal ini terjadi karena pelanggan belum yakin vendor *e-commerce* memiliki pelayanan yang sesuai harapan pelanggan.

4.8.2 Pengaruh *Perceived Structural Assurance* Terhadap Niat Menggunakan *Peer to Peer Lending* Syariah

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 menunjukkan nilai probabilitas 0,018 ($0,018 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa *perceived structural assurance* berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending* syariah sehingga hasil tersebut sesuai dengan hipotesis penulis yang menyebutkan *perceived structural assurance* berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat

menggunakan *peer to peer lending* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi jaminan struktural yang dirasakan maka semakin tinggi juga niat untuk menggunakan *platform peer to peer lending* syariah. Apabila *platform peer to peer lending* dapat memberikan jaminan struktural seperti keamanan, privasi, transparansi saat melakukan transaksi dan memberikan jaminan dana investasi apabila terjadi gagal bayar tentunya hal tersebut dapat meningkatkan calon investor maupun calon peminjam untuk menggunakan *peer to peer lending* syariah.

Hasil penelitian yang menunjukkan hubungan positif signifikan juga didukung penelitian yang dilakukan oleh Wang et al (2019). Hasil dari penelitian tersebut menyatakan *perceived structural assurance* berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat berkelanjutan untuk menggunakan *fintech* YuEbao. Hal ini terjadi karena semakin tinggi perlindungan berupa *structural assurance* di lingkungan *online* maka dapat mempengaruhi keyakinan pelanggan untuk menggunakan *platform* tersebut serta dapat membantu calon investor untuk mengatasi kecemasan akan adanya potensi kerugian.

4.8.3 Pengaruh *Perceived Information Quality* Terhadap Niat Menggunakan *Peer to Peer Lending* Syariah

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 menunjukkan nilai probabilitas 0,099 ($0,099 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa *perceived information quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending* syariah sehingga hasil tersebut tidak

sesuai dengan hipotesis penulis yang menyebutkan *perceived information quality* berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending* syariah. Hal ini disebabkan karena tidak semua responden mempercayai bahwa informasi yang diberikan akan bermanfaat serta tidak semua responden mempercayai kelengkapan informasi yang diberikan mengenai peminjam maupun investor. Hal tersebut dibuktikan dengan variabel PIQ2 yang menjawab agak tidak setuju sebesar 14,6%, variabel PIQ3 yang menjawab agak tidak setuju sebesar 13,2 % dan variabel PIQ4 sebesar 11,4% menjawab agak tidak setuju.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alhasanah (2014) yang menyatakan bahwa yang menyatakan bahwa *information quality* tidak berpengaruh terhadap minat pembeli dalam menggunakan sistem *e-commerce*, serta penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rihana (2018) yang menyatakan bahwa *information quality* tidak berpengaruh terhadap minat pembeli dalam menggunakan sistem *e-commerce*. Hal ini disebabkan karena tidak semua pembeli atau konsumen mempercayai ketersediaan informasi dalam hal ini kelengkapan informasi, kebenaran informasi, serta ketepatan waktu pengiriman yang telah disajikan oleh *online shop* dalam situs webnya. Kualitas informasi bukan merupakan pertimbangan utama bagi sebagian pembeli dalam menggunakan sistem *e-commerce*.

4.8.4 Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap Niat Menggunakan *Peer to Peer Lending Syariah*

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 menunjukkan nilai probabilitas 0,085 ($0,085 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending syariah* sehingga hasil tersebut tidak sesuai dengan hipotesis penulis yang menyebutkan *perceived risk* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending syariah*. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun responden merasakan adanya resiko saat akan menggunakan *peer to peer lending syariah*, akan tetapi hal tersebut tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap niat untuk menggunakan *peer to peer lending syariah*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nyssa dan Rahmidani (2019) yang menyatakan Variabel *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko *online* JD.id. Serta penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anwar dan Adidarma (2016) yang menyatakan bahwa risiko yang dirasakan konsumen dalam bertransaksi *online* tidak berpengaruh pada minat beli berbelanja *online*. Artinya, walaupun konsumen merasakan adanya risiko saat bertransaksi *online*, tapi hal tersebut tidak mempengaruhi minat beli konsumen untuk berbelanja *online*. Hal ini menunjukkan ada faktor lain yang mendorong konsumen untuk berbelanja secara *online*.

4.8.5 Pengaruh *Trust* Terhadap Niat Menggunakan *Peer to Peer*

Lending Syariah

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 menunjukkan nilai probabilitas 0,001 ($0,01 < 0,05$). Hal ini menunjukkan *trust* berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending syariah* sehingga hasil tersebut sesuai dengan hipotesis penulis yang menyebutkan *trust* berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending syariah*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *trust* terhadap *platform* maka semakin tinggi juga niat untuk menggunakan *platform peer to peer lending syariah*. Hal tersebut terjadi karena menurut para responden apabila *platform* tersebut dapat dipercaya, dapat diandalkan, menepati janji serta mementingkan kepentingan terbaik mereka maka hal tersebut memungkinkan mereka meningkatkan niatnya untuk menggunakan *platform peer to peer lending syariah*.

Hasil penelitian yang menunjukkan hubungan positif signifikan juga didukung penelitian yang dilakukan oleh Wang et al (2019). Hasil dari penelitian tersebut menyatakan *trust* berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat berkelanjutan untuk menggunakan *fintech* YuEbao. Serta penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jati Ariwibowo dan Nugroho (2013). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif *trust* terhadap niat untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Trust* secara positif mempengaruhi niat untuk berbelanja secara *online* karena

konsumen yakin bahwa perusahaan mampu menjalankan kegiatan *online* nya (karena kompetensi) dan dapat mengirimkan produk-produk yang dibeli kepada konsumen. Jika konsumen mempercayai *online* store yang disediakan oleh perusahaan, maka hal tersebut memungkinkan mereka meningkatkan niatnya untuk melakukan pembelian secara *online*.



BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived reputation*, *perceived structural assurance*, *perceived information quality*, *perceived risk*, dan *trust* terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending* syariah. Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Perceived reputation* tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending* syariah. Artinya pengaruh *perceived reputation* masih dalam kategori rendah atau kecil, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *platform peer to peer lending* syariah. Hal ini terjadi karena masyarakat merasa bahwa *platform peer to peer lending* syariah belum dikenal luas serta popularitasnya belum dapat mempengaruhi pandangan dalam melakukan pinjaman maupun berinvestasi.
2. *Perceived structural assurance* berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi jaminan struktural yang dirasakan maka semakin tinggi juga niat untuk menggunakan *platform peer to peer lending* syariah. Apabila *platform peer to peer lending* dapat memberikan

jaminan struktural seperti kemanan, privasi, transparansi saat melakukan transaksi dan memberikan jaminan dana investasi apabila terjadi gagal bayar tentunya hal tersebut dapat meningkatkan calon investor maupun calon peminjam untuk menggunakan *peer to peer lending* syariah.

3. *Perceived information quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending* syariah. Hal ini disebabkan karena tidak semua responden mempercayai informasi yang diberikan akan bermanfaat serta tidak semua responden mempercayai kelengkapan informasi yang diberikan mengenai peminjam maupun investor.
4. *Perceived risk* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun responden merasakan adanya resiko saat akan menggunakan *peer to peer lending* syariah, akan tetapi hal tersebut tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap niat untuk menggunakan *peer to peer lending* syariah.
5. *Trust* berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan *peer to peer lending* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *trust* terhadap *platform* maka semakin tinggi juga niat untuk menggunakan *platform peer to peer lending* syariah. Hal tersebut terjadi karena menurut para responden apabila *platform* tersebut dapat dipercaya, dapat diandalkan, menepati janji serta mementingkan kepentingan terbaik

mereka maka hal tersebut memungkinkan mereka meningkatkan niatnya untuk menggunakan *platform peer to peer lending syariah*.

5.2 Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan yang memerlukan perbaikan dalam penelitian berikutnya, keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Sampel penelitian yang hanya berjumlah 219 responden serta karakteristik responden yang tidak adanya lokasi.
2. Keterbatasan referensi mengenai *peer to peer lending syariah* yang belum banyak ditemukan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan, maka berikut merupakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini:

1. Bagi *platform peer to peer lending syariah*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi *platform peer to peer lending syariah* dalam rangka meningkatkan persepsi masyarakat muslim terhadap penggunaan *peer to peer lending syariah*. *Platform peer to peer lending syariah* diharapkan dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan reputasinya karena dianggap masih rendah, salah satu caranya yaitu dengan mempromosikan platform *peer to peer lending* ke berbagai media sehingga platform *peer to peer lending syariah* lebih dikenal oleh masyarakat. Kemudian meningkatkan jaminan perlindungan untuk memberikan rasa aman bagi pengguna

dengan cara menggunakan teknologi canggih mengenai perlindungan privasi serta selalu mengupdate sistem keamanan, sehingga dapat memberikan rasa aman bagi calon pengguna *platform peer to peer lending* syariah. Selanjutnya meningkatkan kualitas informasi dengan memberikan informasi lengkap bagi investor maupun peminjam serta memberikan informasi yang bermanfaat seperti menyediakan laporan berkala mengenai penggunaan modal usaha.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperbanyak jumlah sampel, manambah variabel independen baru seperti tingkat keuntungan finansial.



DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
<https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1493416>
- Alhasanah, J. (2014). Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(2), 84670.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 155–168. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v14i2.3995>
- 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>
- Bank Indonesia. (2020). Teknologi Finansial (Fintech). www.bi.go.id diakses 25 April 2021.
- BPS. (2020). *Sensus Penduduk Indonesia 2020*. Badan Pusat Statistik.
sensus.penduduk.go.id
- Chang, H. H., & Chen, S. W. (2008). The impact of online store environment cues on purchase intention: Trust and perceived risk as a mediator. *Online Information Review*, 32(6), 818–841.
<https://doi.org/10.1108/14684520810923953>

Fadhila Rahma, T. I. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 642–661. <https://doi.org/10.30821/ajei.v3i1.1704>

Dewan Syariah Nasional. (2018). Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 117/DSN-MUI/II/2018. Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah. <https://drive.google.com/file/d/1qCu2X6MTIFnYqK22eMx7uFL53AXBT9Vo/view>

Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)

Ghasemaghaei, M., & Hassanein, K. (2016). A macro model of online information quality perceptions: A review and synthesis of the literature. *Computers in Human Behavior*, 55, 972–991. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.027>

Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hiyanti, H., Nugroho, L., Sukmadilaga, C., & Fitrijanti, T. (2020). Peluang dan Tantangan Fintech (Financial Technology) Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(3), 326–333. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.578>

Indonesia. (2020). Profil Agama. www.indonesia.go.id diakses 25 April 2021.

- Iskandar, E., Ayumiati, A., & Katrin, N. (2019). ANALISIS PROSEDUR PEMBIAYAAN DAN MANAJEMEN RISIKO PADA PERUSAHAAN PEER TO PEER (P2P) LENDING SYARIAH DI INDONESIA. *J-ISCAN: Journal of Islamic Accounting Research*, 1(2), 1–28. <https://doi.org/10.52490/j-iscan.v1i2.698>
- Jati Ariwibowo, D. P., & Nugroho, M. A. (2013). Pengaruh Trust Dan Perceived of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 11–35. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1646>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Kim, J. B. (2012). An empirical study on consumer first purchase intention in online shopping: Integrating initial trust and TAM. *Electronic Commerce Research*, 12(2), 125–150. <https://doi.org/10.1007/s10660-012-9089-5>
- Koufaris, M., & Hampton-Sosa, W. (2004). The development of initial trust in an online company by new customers. *Information and Management*, 41(3), 377–397. <https://doi.org/10.1016/j.im.2003.08.004>
- Kurniawan, T. A., Wardani, D. K., & Widhayati, L. (2019). Pengaruh Keberterimaan Layanan Peer to Peer Lending Kepada Umkm Sebagai Pengguna dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model

(Tam). *JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA*, 5(2), 151–160.
<https://doi.org/10.29303/jseh.v5i2.59>

Lesmana, A. (2019). Pengaruh Trust , Perceived Reputation Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Ekonomak*, V(1), 90–101.

Nandike Ayudiah Poeteri, Simanjuntak, M., & Hasanah, N. (2021). Persepsi Generasi Milenial Terhadap Platform Peer-To-Peer Lending Berdasarkan Karakteristik Demografi. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(3), 411–426.
<https://doi.org/10.36418/jist.v2i3.106>

Nyssa, N., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Perceived Trustworthiness, Perceived Risk Dan Perceived Ease of Use Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online Jd.Id Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(3), 249.
<https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i3.7331>

Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77 /Pojk.01/2016. Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL%20-%20POJK%20Fintech.pdf>

Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Penyelenggara Fintech Peer To peer Lending 2021.<https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financialtechnology/Documents/Penyelenggara%20Fintech%20Lending%20Terdaftar%20dan%20Berizin%20di%20OJK%20per%202021%20April%202021.pdf>

Park, J., Amendah, E., Lee, Y., & Hyun, H. (2019). M-payment service: Interplay

of perceived risk, benefit, and trust in service adoption. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 29(1), 31–43.
<https://doi.org/10.1002/hfm.20750>

Putro, A., & Hendratmoko. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Individu Dalam Menggunakan Peer To Peer Lending Dan Equity Crowd Funding Di Dki Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(1).
<http://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/606>

Rihana, H. C. (2018). Analisis Pengaruh Trust, Information Quality, Kemudahan, Manfaat, Dan Resiko Terhadap Minat Pembeli Dalam Menggunakan Sistem E-Commerce. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Muhammadiyah Surakarta*.

Sánchez-Alzate, J. A., & Sánchez-Torres, J. A. (2017). Analysis of social factors and their relationship with perceived risk for e-commerce purchases. *DYNA*, 84(200), 335–341. <https://doi.org/10.15446/dyna.v84n200.54161>

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung. Alfabeta

Tangmanee, C., & Rawsena, C. (2016). Direct and Indirect Effects of Perceived Risk and Website Reputation on Purchase Intention. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 5(6), 1–11.
<https://doi.org/10.20525/ijrbs.v5i6.539>

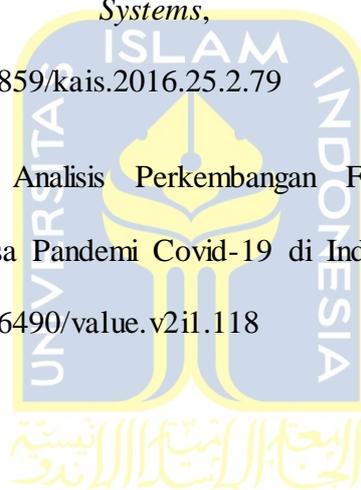
Udayana, I., Cahyani, P. D., & Chotimah, D. N. (2018). Pengaruh Perceived Security Dan Information Quality Terhadap Online Purchase Intention Melalui Trust (Study Kasus Pada Konsumen Sorabel di Yogyakarta). *Journal*

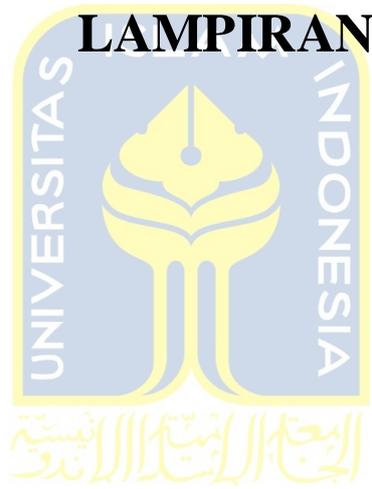
Competency of Business, 2(1), 53–68. <https://doi.org/10.47200/jcob.v2i1.659>

Wang, Z., GUAN, Z., Hou, F., Li, B., & Zhou, W. (2019). What determines customers' continuance intention of FinTech? Evidence from YuEbao. *Industrial Management and Data Systems*, 119(8), 1625–1637. <https://doi.org/10.1108/IMDS-01-2019-0011>

Yang, Q., & Lee, Y.-C. (2016). Influencing Factors on the Lending Intention of Online Peer-to-Peer Lending: Lessons from Renrendai.com. *The Journal of Information Systems*, 25(2), 79–110. <https://doi.org/10.5859/kais.2016.25.2.79>

Yudhira, A. (2021). Analisis Perkembangan Financial Technology (Fintech) Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *VALUE*, 2(1), 13–28. <https://doi.org/10.36490/value.v2i1.118>





LAMPIRAN 1 KUISIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Perkenalkan saya Swastyasta Nur Indrajaya, mahasiswa S1 Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang menyelesaikan penelitian yang ditujukan untuk penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Perceived Reputation, Perceived Structural Assurance, Perceived Information Quality, Perceived Risk, dan Trust Terhadap Niat Menggunakan Platform Peer to Peer Lending Syariah".

Peer to peer lending merupakan suatu layanan pinjam meminjam uang yang mempertemukan secara online antara peminjam yang membutuhkan modal dengan pemberi pinjaman yang mengharapkan pengembalian kompetitif. Layanan peer to peer lending dapat dibagi menjadi dua bentuk, sistem konvensional dan sistem syariah. Peer to peer lending syariah merupakan penyelenggaraan jasa keuangan yang mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman berdasarkan prinsip syariah melalui platform secara online, prinsip syariah yang dimaksud adalah terbebas dari transaksi yang dilarang, menggunakan akad syariah, dan dilakukan dengan sikap yang baik. Contoh peer to peer lending syariah yaitu: Ammana.id, Investree, Alami, Dana Syariah, Qazwa, dll

Peneliti memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara untuk kesediaanya membantu mengisi kuisisioner berikut ini. Seluruh data dan informasi responden hanya akan dipergunakan untuk kepentingan penelitian dan tidak digunakan untuk

kepentingan lain sehingga jawaban dan identitas Bapak/Ibu/Saudara akan dijamin kerahasiannya.

Adapun kriteria responden sebagai berikut:

- 1) Beragama Islam
- 2) Belum pernah menggunakan platform peer to peer lending syariah

Atas kesediaan waktu dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuisisioner ini, peneliti ucapkan terimakasih.

Apabila terdapat pertanyaan terkait dengan kuisisioner ini, dapat menghubungi melalui

Email: 17312250@students.uii.ac.id

Whastapp: 089654873016

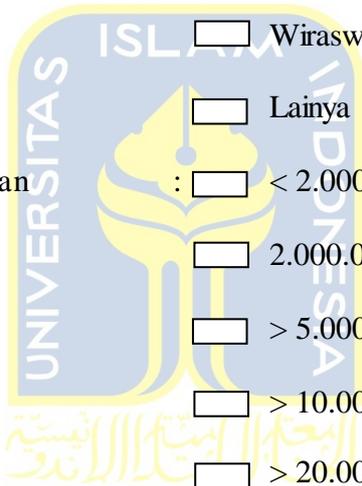
Wassalamualaikum Wr. Wb



I. Profil Responden

1. Nama (Boleh Inisial) :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Perempuan
3. Usia : 18-28 tahun 51-61 tahun
 29-39 tahun \geq 62 tahun
 40-50 tahun

4. Pendidikan : SMP Sarjana
 SMA/SMK Pascasarjana
 Diploma
5. Pekerjaan : Siswa/Mahasiswa
 Dosen/Guru
 PNS
 Pegawai Swasta
 Pegawai BUMN
 Wiraswasta
 Lainnya
6. Penghasilan : < 2.000.000
 2.000.000 – 5.000.000
 > 5.000.000 – 10.000.000
 > 10.000.000 – 20.000.000
 > 20.000.000



II. Item Pertanyaan

Responden cukup mengisi atau memberikan tanda Check List pada salah satu alternatif pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan kondisi yang ada. Setiap pertanyaan terdapat 6 pilihan nilai/ skor jawaban. Berikut merupakan keterangan jawaban:

Skor 1: Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2: Tidak Setuju (TS)

Skor 3: Agak Tidak Setuju (ATS)

Skor 4: Agak Setuju (AS)

Skor 5: Setuju (S)

Skor 6: Sangat Setuju (SS)

Perceived Reputation (X1)							
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
		STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya merasa <i>platform peer to peer lending</i> syariah memiliki reputasi yang baik						
2	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah dikenal sebagai perantara alternatif untuk pemodal dan investasi sesuai dengan prinsip syariah						
3	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah dikenal sebagai inovasi layanan keuangan pinjam meminjam selain bank						
4	Saya merasa <i>platform peer to peer lending</i> syariah telah dikenal luas oleh masyarakat						

5	Popularitas <i>platform peer to peer lending</i> syariah dapat memengaruhi pandangan untuk melakukan pinjaman maupun berinvestasi						
---	---	--	--	--	--	--	--

Perceived Structural Assurance (X2)							
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
		STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah memiliki teknologi keamanan (enkripsi) yang memadai untuk melindungi transaksi						
2	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah memiliki perlindungan hukum untuk memastikan keberhasilan transaksi						
3	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah memberikan jaminan asuransi untuk melindungi dana investasi jika terjadi gagal						

	bayar oleh peminjam						
4	Pada <i>platform peer to peer lending</i> syariah terdapat transparansi dalam proses persetujuan pembiayaan						
5	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah memiliki perlindungan privasi yang memberikan rasa aman dalam bertransaksi						

Perceived Information Quality (X3)							
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
		STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah memberikan informasi yang dapat dipercaya						
2	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah memberikan informasi yang bermanfaat						
3	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah memberikan informasi mengenai peminjam						

4	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah memberikan informasi mengenai investasi						
5	<i>Platform peer to peer lending</i> syariah memberikan informasi mengenai imbal hasil kepada peminjam dan pemberi pinjaman						

Perceived Risk (X4)							
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
		STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya percaya bahwa berinvestasi melalui <i>platform peer to peer lending</i> syariah beresiko karena tidak dapat memberikan jaminan pengembalian dana						
2	Saya percaya bahwa jika menggunakan <i>platform peer to peer lending</i> akan beresiko karena dapat menyebabkan						

	kerugian finansial bagi investor seperti gagal bayar						
3	Saya percaya bahwa jika menggunakan <i>platform peer to peer lending</i> syariah akan berisiko karena dapat menyebabkan kerugian waktu bagi saya						
4	Saya percaya bahwa jika menggunakan <i>platform peer to peer lending</i> syariah akan berisiko karena akan menyebabkan hilangnya privasi seperti kebocoran data						
5	Saya percaya bahwa jika menggunakan <i>platform peer to peer lending</i> syariah akan berisiko karena tidak akan mendapatkan hasil yang diharapkan						

Trust (X5)							
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
		STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	<i>Peer to peer lending</i> syariah merupakan platform yang dapat dipercaya						
2	<i>Peer to peer lending</i> syariah merupakan platform yang aman dan dapat diandalkan						
3	<i>Platform</i> peer to peer lending syariah dikenal sebagai platform yang berkomitmen dan menepati janji						
4	Saya akan percaya pada informasi yang diberikan <i>platform peer to peer lending</i> syariah						
5	Saya percaya <i>platform peer to peer lending</i> syariah akan memikirkan kepentingan terbaik saya						

Niat Menggunakan (Y)							
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
		STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya berniat menggunakan <i>platform peer to peer lending</i> syariah untuk melakukan pinjaman maupun berinvestasi						
2	Kemungkinan saya akan melakukan pinjaman maupun berinvestasi menggunakan <i>platform peer to peer lending</i> syariah dalam waktu dekat						
3	Saya berharap dapat menggunakan <i>platform peer to peer lending</i> syariah di masa mendatang						

LAMPIRAN 2

HASIL TABULASI DATA

x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	total x1	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	total x2
4	2	5	5	4	20	4	3	4	5	2	18
5	6	6	4	5	26	5	6	5	5	6	27
6	6	6	2	6	26	5	6	6	6	5	28
5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
5	6	5	6	4	26	5	4	4	4	5	22
5	5	5	3	4	22	4	5	4	4	5	22
6	5	4	2	5	22	5	5	6	5	6	27
5	5	5	5	5	25	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
5	5	5	2	6	23	3	4	4	4	4	19
5	6	5	6	4	26	5	4	4	4	5	22
5	6	6	4	5	26	5	6	5	5	6	27
5	5	6	4	5	25	5	5	5	5	5	25
6	6	6	5	6	29	6	6	6	6	6	30
5	6	6	4	5	26	5	6	5	5	6	27
4	4	5	3	5	21	4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23	4	6	5	6	5	26
3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	6	6	5	6	6	29
5	6	5	3	5	24	5	4	5	4	5	23
2	5	2	2	2	13	2	2	2	2	3	11
3	5	5	3	4	20	2	3	3	5	4	17
5	5	5	4	6	25	5	6	6	6	6	29
4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	3	19
2	4	5	2	6	19	5	6	5	3	5	24
4	4	4	3	6	21	4	5	4	4	4	21
4	6	6	3	4	23	4	5	4	4	5	22
4	5	5	1	6	21	4	4	4	4	4	20
6	6	6	4	6	28	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	5	5	3	5	22	5	5	5	5	5	25
6	6	5	4	4	25	6	5	5	5	4	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	4	3	3	20	5	5	5	5	5	25
3	3	4	2	2	14	3	4	2	3	4	16
4	5	5	3	5	22	4	5	5	6	5	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24	5	5	6	5	6	27
1	2	2	1	4	10	4	4	4	5	4	21
5	6	6	3	6	26	5	5	5	5	6	26
4	5	4	4	5	22	5	5	5	4	5	24
5	6	5	5	5	26	5	5	5	5	6	26

4	5	5	4	3	21	4	5	4	5	4	22
5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	4	23
4	5	5	2	5	21	4	4	4	5	5	22
5	6	4	2	4	21	5	5	4	5	4	23
4	4	4	3	3	18	3	4	4	4	4	19
5	6	6	2	4	23	5	5	4	5	5	24
4	6	4	2	4	20	4	5	4	4	4	21
4	3	2	2	3	14	4	4	4	4	4	20
5	4	5	6	6	26	4	5	4	4	5	22
5	4	6	6	6	27	4	4	5	4	6	23
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
5	6	4	3	4	22	5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22	3	3	4	6	5	21
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25
5	4	4	3	4	20	5	4	4	4	4	21
5	5	5	3	4	22	4	5	5	5	4	23
5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	4	21
6	6	5	4	5	26	4	4	4	5	5	22
6	6	4	6	6	28	5	5	4	6	4	24
3	4	3	3	3	16	4	4	3	4	4	19
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
4	4	4	2	3	17	4	5	4	4	4	21
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
6	5	5	4	5	25	4	5	4	5	5	23
3	4	4	4	3	18	5	4	3	4	4	20
5	5	5	4	4	23	5	6	4	5	4	24
4	4	4	4	5	21	4	5	4	5	5	23
6	4	5	4	5	24	5	6	6	4	5	26
4	4	4	2	4	18	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	5	5	5	6	5	26
6	6	6	4	5	27	4	5	5	6	6	26
5	5	5	3	5	23	4	4	5	5	5	23
5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	4	23
4	4	4	4	4	20	5	6	5	5	5	26
4	5	4	5	5	23	4	4	4	4	5	21
6	6	5	5	4	26	5	5	6	4	5	25
4	4	5	4	4	21	6	5	4	4	4	23
6	6	6	5	6	29	6	6	6	6	6	30
5	4	4	2	3	18	3	5	5	5	4	22
6	6	5	5	6	28	5	5	5	5	5	25
4	5	6	1	6	22	5	5	4	4	5	23
4	5	5	6	5	25	4	5	4	5	4	22
5	5	4	6	5	25	5	5	4	6	5	25
5	6	5	6	5	27	5	6	5	6	5	27
5	6	5	4	5	25	6	6	4	6	5	27
6	6	5	5	6	28	5	5	5	5	5	25

5	6	6	6	6	29	5	5	6	6	5	27
6	5	4	5	6	26	5	4	5	5	4	23
3	3	4	2	3	15	3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	5	23
4	5	6	4	4	23	5	5	4	4	4	22
4	5	5	4	4	22	5	5	6	4	4	24
5	5	4	4	4	22	5	5	4	4	5	23
5	6	5	4	4	24	4	4	4	5	4	21
5	5	4	5	5	24	5	4	5	6	4	24
4	5	4	5	5	23	5	5	4	6	4	24
5	5	4	5	5	24	4	6	5	5	5	25
4	5	6	3	3	21	3	3	3	4	3	16
5	5	4	5	4	23	5	5	4	5	5	24
5	4	5	5	4	23	6	5	4	5	4	24
5	5	4	5	4	23	5	4	5	4	5	23
5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24
5	4	5	4	5	23	4	5	5	4	5	23
4	5	4	4	5	22	5	4	5	5	4	23
3	3	2	3	2	13	2	3	3	3	2	13
5	4	5	4	4	22	6	4	5	5	4	24
3	2	3	3	2	13	2	3	2	2	2	11
6	5	5	4	4	24	4	5	5	4	4	22
5	5	4	5	6	25	4	5	5	5	5	24
4	5	5	5	4	23	5	4	3	4	2	18
5	4	5	5	4	23	5	6	5	5	4	25
5	4	4	4	5	22	4	4	5	5	4	22
5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	4	23
5	4	5	4	5	23	5	4	5	5	5	24
5	4	4	5	4	22	5	4	5	4	5	23
3	3	2	3	3	14	3	3	2	3	3	14
5	4	5	4	4	22	4	4	5	4	4	21
5	4	5	4	4	22	4	5	5	5	4	23
5	4	4	5	4	22	4	4	5	5	5	23
5	6	5	5	4	25	5	4	6	5	4	24
3	2	2	3	1	11	2	1	1	3	2	9
5	4	5	4	5	23	5	5	4	5	5	24
5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	6	24
3	4	3	4	4	18	4	3	4	4	4	19
5	5	6	5	6	27	6	6	5	5	5	27
3	2	3	3	2	13	2	2	3	2	2	11
3	2	3	2	2	12	2	3	2	3	2	12
4	5	4	4	4	21	4	5	4	5	4	22
5	4	4	5	4	22	5	4	5	4	4	22
4	5	4	4	4	21	4	5	4	5	5	23
3	2	3	2	2	12	2	3	1	2	2	10
2	3	3	2	2	12	2	3	3	3	2	13
4	5	4	5	5	23	5	4	5	5	4	23
4	5	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24

1	2	2	1	1	7	2	2	3	2	3	12
4	6	4	5	4	23	5	4	4	5	5	23
4	5	5	5	4	23	5	4	5	4	4	22
3	2	3	3	3	14	3	3	2	3	3	14
5	6	5	5	6	27	5	5	5	6	6	27
6	5	5	5	6	27	6	6	5	5	5	27
3	3	2	3	3	14	3	3	3	2	3	14
5	5	6	5	6	27	4	5	5	4	4	22
4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
3	4	5	3	4	19	4	4	5	3	5	21
5	4	5	4	4	22	6	4	4	5	5	24
4	5	4	5	5	23	4	5	5	4	6	24
4	5	3	2	5	19	5	4	5	4	5	23
2	3	2	1	2	10	4	3	2	2	3	14
3	2	4	2	3	14	2	3	3	2	4	14
4	4	5	4	2	19	4	2	3	3	2	14
3	2	3	3	2	13	3	3	2	4	3	15
3	3	3	3	3	15	4	3	5	5	4	21
2	3	3	3	3	14	2	3	2	2	1	10
3	2	2	3	3	13	3	2	4	3	3	15
1	3	2	3	3	12	2	3	2	3	3	13
4	4	5	5	5	23	4	5	5	5	5	24
5	4	4	2	2	17	3	4	5	4	3	19
4	4	3	3	3	17	4	4	3	5	4	20
4	3	3	3	3	16	5	4	5	5	5	24
2	3	3	3	3	14	2	5	4	3	4	18
2	2	2	2	2	10	3	3	2	3	2	13
2	3	4	3	2	14	3	2	3	2	4	14
2	2	3	3	3	13	4	3	3	2	2	14
3	3	2	2	2	12	4	4	2	3	4	17
3	3	2	2	2	12	3	2	2	3	2	12
2	2	2	2	2	10	2	3	3	3	4	15
4	4	4	2	2	16	4	3	4	5	3	19
4	3	4	3	3	17	4	3	5	4	4	20
4	5	4	3	3	19	5	4	5	4	5	23
4	4	3	3	3	17	4	5	4	5	4	22
4	3	3	3	3	16	5	5	4	3	3	20
4	5	3	3	3	18	4	5	4	4	4	21
5	5	4	3	3	20	5	4	5	4	4	22
4	4	3	2	2	15	5	4	5	5	5	24
4	4	5	3	3	19	4	4	4	3	5	20
5	6	5	3	3	22	5	5	6	5	5	26
5	3	5	3	3	19	5	4	6	5	3	23
5	4	4	3	3	19	5	3	4	4	5	21
3	2	2	2	2	11	3	4	3	4	4	18
4	4	3	2	2	15	5	4	5	3	3	20
4	4	3	2	2	15	5	5	4	5	4	23
5	4	4	2	2	17	4	5	5	4	5	23

4	5	4	2	2	17	5	4	5	5	5	24
5	4	5	2	2	18	5	4	5	4	5	23
5	4	2	2	2	15	5	4	3	5	4	21
4	4	3	2	2	15	4	4	3	3	4	18
4	4	5	5	5	23	4	5	4	5	4	22
4	5	5	4	4	22	4	4	5	5	5	23
4	3	4	2	4	17	5	5	3	4	4	21
4	5	5	4	4	22	4	5	5	5	5	24
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
5	6	5	5	4	25	6	5	5	5	5	26
5	5	5	4	5	24	6	6	6	6	6	30
5	6	5	6	6	28	5	5	3	3	5	21
3	3	3	4	3	16	3	3	3	4	3	16
3	5	5	3	4	20	2	3	3	5	4	17
4	4	4	5	4	21	4	5	4	4	4	21
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
2	5	4	2	5	18	3	4	4	6	6	23
4	5	5	4	4	22	4	5	4	4	5	22
5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24	3	5	4	5	5	22
1	1	1	1	1	5	3	2	3	2	3	13
1	1	1	1	1	5	5	5	5	6	6	27
5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	4	23
4	3	6	4	3	20	2	4	3	3	5	17
3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	4	20	6	6	6	6	6	30
6	6	6	4	5	27	6	6	4	5	5	26
2	2	2	1	1	8	4	3	3	2	4	16
5	4	4	5	4	22	5	5	4	5	4	23
3	2	2	3	3	13	3	2	4	3	3	15
2	1	2	2	2	9	3	5	4	3	5	20
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15

x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	total x3	x4.1	x4.2	x4.3	x4.4	x4.5	total x4
4	3	2	5	4	18	4	4	4	3	5	20
6	6	5	6	5	28	4	5	3	3	3	18
6	5	6	6	6	29	3	2	1	2	2	10
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19
6	5	5	6	5	27	3	2	2	3	3	13
5	5	5	5	5	25	3	3	2	2	3	13
6	6	6	6	6	30	5	4	6	6	6	27
5	5	5	5	5	25	2	2	2	2	2	10
6	6	6	6	6	30	1	2	1	1	1	6
6	6	6	6	6	30	1	1	1	1	1	5
4	4	4	4	4	20	5	5	3	3	3	19
6	5	5	6	5	27	3	2	2	3	3	13
6	6	5	6	5	28	4	5	3	3	3	18

5	5	5	5	5	25	3	2	3	3	2	13
6	6	6	6	6	30	5	5	3	6	5	24
6	6	5	6	5	28	4	5	3	3	3	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
6	6	5	6	6	29	6	6	6	5	5	28
4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25	3	3	2	4	4	16
2	4	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	5	21	5	4	2	2	4	17
6	5	6	5	5	27	1	1	1	2	1	6
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
5	5	4	5	5	24	6	4	2	4	5	21
6	6	5	5	5	27	4	3	4	4	3	18
4	4	5	4	5	22	3	4	3	3	3	16
4	4	4	5	4	21	5	4	3	5	5	22
5	5	5	5	5	25	4	4	3	4	3	18
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	3	4	3	3	3	16
5	6	5	5	4	25	5	6	5	4	6	26
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	6	4	25	5	4	5	6	5	25
2	3	3	3	3	14	5	5	4	6	5	25
5	5	5	5	5	25	2	2	2	3	3	12
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	6	26	6	5	6	5	6	28
2	3	2	2	4	13	6	6	6	6	6	30
6	5	5	6	6	28	2	2	2	5	3	14
4	5	4	5	4	22	5	4	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25	2	2	2	2	2	10
5	4	4	3	4	20	4	5	5	4	4	22
5	5	4	4	4	22	3	3	3	3	3	15
4	4	5	4	4	21	3	3	3	4	3	16
5	5	5	4	4	23	2	2	2	3	2	11
4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17
5	5	4	5	5	24	4	4	4	5	5	22
4	5	5	6	5	25	3	3	3	4	3	16
4	4	3	3	3	17	3	3	3	2	3	14
5	5	6	4	4	24	3	3	4	4	3	17
6	4	6	5	5	26	2	3	4	3	4	16
6	6	6	6	6	30	3	3	4	3	3	16
6	6	6	6	6	30	6	5	6	6	3	26
4	4	6	5	5	24	5	4	5	5	5	24
6	5	6	6	6	29	6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25	5	5	5	6	5	26
4	5	4	4	4	21	4	5	4	3	4	20
5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	3	20
4	4	4	4	5	21	3	3	3	3	3	15

4	5	5	4	4	22	3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25	4	4	3	3	2	16
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
5	4	4	3	4	20	4	3	3	4	3	17
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15
6	6	6	6	6	30	1	1	1	1	1	5
5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	5	24
4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	3	18
5	6	6	6	5	28	5	4	4	4	4	21
4	3	4	5	4	20	3	3	3	4	3	16
5	6	6	4	5	26	6	6	6	6	5	29
5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
5	6	5	6	5	27	5	6	5	5	6	27
5	5	5	5	6	26	3	3	2	1	1	10
5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25	5	5	4	3	4	21
5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15
4	5	5	5	5	24	4	4	3	3	3	17
6	5	5	4	4	24	5	5	4	4	5	23
4	5	5	5	4	23	3	3	3	3	3	15
6	6	6	6	6	30	6	6	2	4	3	21
5	4	5	4	4	22	2	1	2	5	4	14
5	5	5	5	6	26	6	5	5	5	5	26
5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	23
4	5	5	5	4	23	3	3	2	2	1	11
6	6	5	5	4	26	3	3	2	2	2	12
5	6	5	6	5	27	3	3	2	1	2	11
6	5	6	5	5	27	3	3	2	2	2	12
6	6	5	6	6	29	3	3	4	3	3	16
6	5	4	4	6	25	3	3	1	2	1	10
5	6	6	5	6	28	3	3	1	1	2	10
3	4	3	3	4	17	3	3	3	3	3	15
6	6	5	5	5	27	3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	4	22	2	3	3	2	1	11
6	6	5	5	4	26	3	3	2	3	3	14
4	5	5	5	5	24	3	3	2	3	3	14
3	3	3	4	3	16	2	2	3	2	3	12
5	5	4	5	5	24	3	3	3	3	3	15
5	6	5	5	5	26	3	3	3	2	3	14
5	4	5	4	5	23	3	3	2	2	4	14
4	3	5	3	4	19	2	1	2	4	4	13
5	4	5	5	6	25	3	3	3	2	2	13
5	4	5	5	5	24	3	4	4	2	2	15
5	4	4	4	4	21	3	3	2	3	3	14
5	4	6	4	5	24	3	3	3	1	2	12
5	4	5	5	4	23	3	3	2	2	2	12
5	4	5	4	4	22	3	3	2	3	3	14

2	3	2	3	2	12	6	5	6	5	5	27
5	4	5	4	5	23	3	3	2	3	3	14
2	3	2	2	2	11	5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23	3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	4	23	3	2	3	3	3	14
3	4	5	4	5	21	3	3	5	5	3	19
5	5	4	5	5	24	3	3	3	3	2	14
5	4	5	4	5	23	3	3	3	3	3	15
5	5	4	6	5	25	3	3	2	2	3	13
4	5	4	4	4	21	3	3	3	3	3	15
4	5	5	4	5	23	3	3	3	3	3	15
3	3	3	2	3	14	5	5	6	5	5	26
5	4	4	4	5	22	3	3	2	3	3	14
4	5	5	5	5	24	3	3	2	2	2	12
5	4	4	4	4	21	3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	5	24	2	2	2	2	2	10
2	1	3	2	2	10	5	5	6	5	5	26
5	4	4	5	5	23	3	2	3	3	3	14
5	4	6	5	4	24	2	1	1	1	2	7
3	3	4	4	4	18	3	4	3	4	3	17
6	6	6	5	5	28	1	1	2	1	1	6
2	3	2	3	2	12	5	5	5	4	4	23
2	2	3	2	3	12	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23	3	2	3	3	3	14
5	4	4	5	4	22	3	3	3	3	3	15
5	4	4	5	4	22	3	2	2	1	1	9
1	1	3	2	2	9	5	5	5	6	6	27
3	2	3	2	2	12	4	5	4	5	5	23
4	5	5	4	5	23	2	3	2	3	2	12
5	5	6	5	5	26	2	3	3	2	3	13
1	3	3	2	3	12	4	5	5	5	4	23
4	5	5	4	5	23	2	2	3	3	3	13
5	5	5	4	4	23	3	3	3	3	1	13
2	3	1	1	2	9	5	5	4	4	4	22
5	5	6	5	6	27	2	2	1	3	3	11
6	6	5	5	5	27	1	1	2	2	2	8
3	4	4	3	2	16	5	5	5	4	5	24
5	6	4	5	5	25	2	1	2	3	2	10
3	4	3	4	4	18	3	3	3	3	3	15
4	3	5	5	3	20	4	2	4	3	3	16
5	4	5	5	4	23	3	3	3	2	3	14
5	4	5	4	4	22	3	2	3	2	3	13
5	4	5	5	6	25	3	3	4	2	4	16
2	3	3	2	3	13	4	5	5	5	4	23
2	3	2	2	3	12	5	5	5	5	5	25
2	3	3	2	4	14	4	5	5	5	5	24
3	4	2	4	4	17	4	3	5	4	3	19
3	4	4	3	4	18	5	4	3	4	5	21

2	3	3	2	4	14	4	5	5	5	5	24
3	2	3	2	3	13	5	4	5	4	4	22
2	3	3	3	2	13	4	5	5	5	5	24
4	5	5	5	4	23	3	2	3	4	3	15
5	4	4	5	5	23	4	4	3	3	3	17
4	5	2	3	5	19	5	5	2	2	3	17
4	5	4	5	5	23	3	3	4	4	5	19
3	5	4	3	4	19	5	5	2	5	3	20
2	3	2	3	3	13	5	5	4	4	5	23
2	3	3	3	3	14	4	5	3	5	4	21
2	3	1	2	3	11	3	2	3	3	2	13
2	3	4	3	4	16	3	3	3	3	3	15
2	3	3	2	3	13	5	5	5	4	5	24
2	3	4	3	4	16	5	5	4	5	4	23
4	3	4	5	4	20	3	2	2	3	4	14
4	4	5	3	4	20	3	5	4	3	3	18
5	4	5	4	5	23	3	3	3	3	3	15
5	4	6	5	4	24	3	3	2	3	3	14
5	4	6	5	4	24	3	4	2	3	3	15
5	4	5	4	4	22	2	2	5	2	2	13
3	4	3	5	4	19	5	5	2	2	3	17
4	3	4	5	3	19	5	5	2	5	2	19
4	3	4	3	4	18	4	4	3	3	4	18
5	5	5	5	5	25	2	2	2	2	2	10
5	4	5	5	5	24	3	3	3	4	3	16
4	5	4	5	4	22	3	3	5	4	5	20
3	4	4	3	5	19	4	4	4	3	4	19
5	4	3	4	4	20	4	4	3	5	4	20
5	4	4	5	4	22	3	4	2	5	4	18
4	5	4	5	5	23	3	3	3	5	4	18
3	4	5	5	5	22	3	3	2	3	3	14
5	4	5	4	5	23	2	2	3	3	2	12
4	5	4	3	4	20	2	2	4	2	3	13
3	3	4	4	3	17	5	5	2	2	4	18
5	5	4	4	5	23	3	3	2	3	3	14
4	4	5	4	4	21	3	3	2	3	3	14
5	5	6	6	5	27	4	4	4	4	3	19
4	4	3	4	4	19	3	3	3	2	3	14
6	6	6	6	6	30	1	1	1	1	1	5
5	6	2	5	5	23	2	2	3	2	4	13
6	6	6	6	6	30	3	3	3	2	3	14
5	5	5	6	6	27	4	4	1	1	2	12
3	3	3	3	3	15	5	5	5	6	5	26
4	4	4	4	5	21	5	4	2	2	4	17
5	4	4	4	4	21	4	5	5	4	5	23
6	6	6	6	6	30	4	4	4	5	6	23
5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25	2	2	1	3	2	10

5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	3	3	2	3	2	13
3	3	3	3	2	14	5	5	5	5	5	25
1	6	6	6	6	25	4	5	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24	3	3	3	2	3	14
4	5	3	4	5	21	6	6	5	3	2	22
4	4	4	5	5	22	3	4	3	5	5	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
6	5	6	6	6	29	5	5	4	4	5	23
2	2	2	4	2	12	1	6	6	6	6	25
4	5	5	5	4	23	3	3	2	3	3	14
3	2	3	2	3	13	5	4	5	4	4	22
5	4	3	4	5	21	5	5	3	3	5	21
3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20

x5.1	x5.2	x5.3	x5.4	x5.5	total x5	y1	y2	y3	total y
2	4	4	3	5	18	4	3	5	12
6	6	6	6	6	30	4	4	5	13
5	6	6	5	6	28	5	5	6	16
4	4	3	4	3	18	3	3	4	10
6	5	4	5	5	25	5	6	5	16
5	5	5	4	5	24	5	5	5	15
6	6	6	6	6	30	4	5	5	14
5	5	5	4	5	24	5	3	5	13
6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
4	4	4	4	4	20	5	4	6	15
6	5	4	5	5	25	5	6	5	16
6	6	6	6	6	30	4	4	5	13
5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
6	6	6	6	6	30	4	4	5	13
4	4	4	4	4	20	3	2	5	10
5	6	5	6	6	28	5	5	4	14
4	4	4	4	4	20	3	3	4	10
6	6	6	6	6	30	5	4	6	15
5	5	4	5	4	23	5	4	5	14
3	3	3	3	3	15	4	4	3	11
3	3	4	3	3	16	4	3	5	12
5	5	5	6	6	27	5	2	6	13
4	4	4	4	4	20	3	3	4	10
4	4	4	5	6	23	3	2	5	10
4	4	4	4	4	20	4	3	4	11
4	5	5	5	5	24	4	3	6	13
4	4	4	3	4	19	3	2	6	11
5	5	5	5	5	25	4	4	5	13

5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
4	4	5	4	4	21	5	4	4	13
4	4	4	3	5	20	5	5	5	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
6	4	3	5	4	22	4	4	5	13
3	3	3	2	3	14	2	1	3	6
5	5	5	5	5	25	5	2	5	12
4	4	4	4	4	20	3	2	3	8
5	5	6	5	5	26	4	4	5	13
1	2	2	1	1	7	1	1	3	5
5	5	6	6	6	28	4	3	5	12
4	5	4	4	5	22	3	3	4	10
5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
4	4	4	3	2	17	3	4	6	13
5	5	4	5	5	24	4	5	5	14
4	4	4	4	4	20	3	4	4	11
4	5	4	4	4	21	4	4	4	12
4	3	3	3	3	16	3	3	5	11
5	5	5	5	6	26	4	4	6	14
4	5	4	4	4	21	4	2	5	11
3	3	2	2	2	12	2	1	4	7
6	5	4	4	5	24	5	4	5	14
6	5	5	4	5	25	5	4	6	15
6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
6	6	6	6	6	30	5	4	5	14
4	4	5	4	4	21	5	5	4	14
6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
5	4	4	5	5	23	5	5	5	15
4	4	4	4	5	21	4	4	5	13
4	5	4	4	4	21	5	4	4	13
5	4	6	5	5	25	4	5	4	13
6	5	5	5	5	26	4	5	5	14
6	6	6	6	6	30	6	4	6	16
3	5	4	4	5	21	3	3	5	11
6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
5	5	5	5	3	23	3	3	5	11
6	6	6	6	6	30	6	5	6	17
5	5	5	5	5	25	5	6	5	16
4	3	4	4	4	19	4	4	4	12
5	5	4	4	5	23	4	4	5	13
4	3	3	3	4	17	2	3	4	9
6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
4	4	4	4	4	20	4	4	5	13
6	5	6	5	6	28	4	4	4	12
6	6	5	5	5	27	4	4	5	13
5	5	5	5	5	25	3	4	5	12
5	5	5	4	4	23	4	3	5	12

5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
5	5	4	4	6	24	4	3	5	12
6	4	5	5	6	26	5	6	6	17
4	4	4	4	5	21	4	5	4	13
5	5	5	5	5	25	4	4	6	14
4	3	5	4	4	20	3	5	3	11
5	5	6	5	6	27	6	6	6	18
4	4	5	5	5	23	5	1	5	11
4	5	6	6	5	26	5	4	6	15
5	5	5	6	6	27	5	6	5	16
6	6	6	5	5	28	6	5	5	16
5	6	5	5	6	27	6	6	6	18
4	4	5	4	4	21	6	5	6	17
5	6	6	6	6	29	5	5	4	14
6	5	4	5	6	26	6	5	5	16
3	3	3	3	3	15	3	4	4	11
4	5	4	5	5	23	5	5	5	15
4	5	4	5	5	22	5	5	6	16
4	5	5	4	4	22	4	5	6	15
5	6	4	5	4	24	5	4	6	15
4	6	4	4	4	22	4	4	5	13
6	5	5	5	5	26	5	5	5	15
4	6	6	5	5	26	4	4	5	13
6	5	6	5	5	27	5	5	5	15
5	5	5	4	3	22	6	4	4	14
5	4	5	5	5	24	4	4	6	14
4	5	4	4	5	22	5	5	6	16
4	5	4	5	5	23	5	4	5	14
5	5	5	5	4	24	4	5	5	14
5	4	5	5	5	24	4	5	5	14
4	5	4	4	4	21	4	5	6	15
3	2	3	2	3	13	2	2	3	7
5	5	5	5	4	24	5	4	4	13
3	2	3	2	3	13	2	2	3	7
5	4	5	4	4	22	5	4	5	14
6	5	5	5	5	26	4	4	5	13
5	5	4	5	5	24	3	3	4	10
5	4	5	5	5	24	4	4	4	12
6	5	5	5	4	25	4	4	5	13
5	4	5	5	5	24	4	4	5	13
5	5	5	5	4	24	5	5	4	14
5	5	4	5	5	24	4	4	5	13
3	2	3	3	2	13	2	2	3	7
4	4	4	5	6	23	4	4	5	13
4	5	5	4	5	23	4	4	5	13
5	4	5	4	4	22	4	4	5	13
5	4	4	5	5	23	5	4	5	14
3	2	2	3	2	12	2	2	3	7

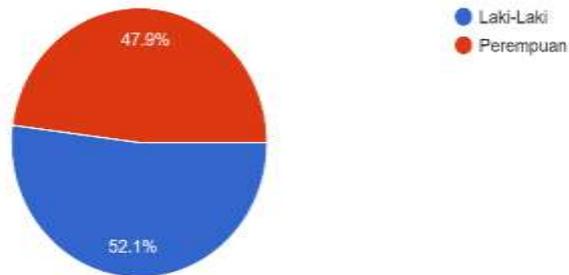
5	4	5	5	4	23	4	4	5	13
5	4	5	5	4	23	5	4	5	14
5	4	5	4	5	23	4	4	4	12
5	4	6	6	6	27	4	5	6	15
3	2	3	3	2	13	2	2	3	7
2	2	2	3	2	11	2	2	3	7
5	4	4	5	5	23	4	4	4	12
5	4	4	4	5	22	4	4	4	12
4	5	4	5	5	23	4	4	5	13
2	2	1	3	2	10	2	2	3	7
3	2	3	2	2	12	2	2	3	7
4	5	5	4	4	22	4	5	5	14
6	4	6	5	5	26	4	5	6	15
3	2	2	3	2	12	1	1	2	4
5	4	5	5	5	24	4	4	5	13
4	6	5	6	5	26	5	5	6	16
3	1	2	3	3	12	3	3	3	9
5	5	5	5	5	26	5	5	6	16
6	5	5	6	5	27	5	5	6	16
4	3	3	4	3	17	2	2	3	7
6	5	4	5	5	25	5	5	6	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
4	2	5	4	5	20	4	4	5	13
5	5	4	5	5	24	5	5	6	16
4	5	4	5	4	22	4	5	4	13
5	5	3	5	5	23	5	5	6	16
4	2	3	3	2	14	2	2	3	7
2	2	3	2	3	12	1	1	2	4
3	2	4	3	3	15	2	2	3	7
3	4	3	4	3	17	4	4	5	13
4	5	2	4	3	18	4	4	5	13
2	3	2	3	3	13	2	2	3	7
3	2	4	3	3	15	4	4	5	13
2	3	3	2	3	13	2	2	2	6
5	5	4	4	5	23	4	4	5	13
5	5	4	2	3	19	4	4	5	13
3	5	3	5	5	21	5	5	5	15
4	3	3	4	4	18	4	4	5	13
4	5	3	3	4	19	4	4	4	12
3	2	1	3	2	11	1	1	2	4
4	5	4	5	4	22	2	2	2	6
3	2	2	3	2	12	2	2	2	6
4	5	5	5	4	23	4	4	5	13
3	4	3	4	2	16	2	2	3	7
2	3	3	4	3	15	2	2	3	7
4	5	4	5	4	22	4	4	5	13
4	5	3	4	5	21	4	5	5	14
5	5	4	5	5	24	5	5	6	16

4	5	5	4	4	22	4	4	6	14
5	4	5	4	4	22	4	4	4	12
5	4	5	4	5	23	4	4	4	12
5	4	5	5	4	23	4	5	6	15
5	4	6	4	5	24	5	5	6	16
4	3	4	4	4	19	4	4	4	12
5	5	5	6	5	26	4	4	5	13
3	4	5	3	5	20	5	5	5	15
5	4	4	4	4	21	5	5	6	16
4	4	5	3	3	19	3	3	4	10
4	5	4	4	4	21	4	4	6	14
2	3	4	5	4	18	4	5	6	15
4	3	4	5	4	20	4	5	5	14
5	4	5	5	4	23	5	5	5	15
5	4	5	5	4	23	4	5	6	15
5	4	4	5	4	22	4	5	5	14
4	5	3	3	4	19	3	3	4	10
4	5	5	5	5	24	4	4	5	13
4	5	5	5	4	23	4	4	5	13
5	4	5	4	2	20	3	4	5	12
5	4	4	4	4	21	4	4	5	13
6	6	6	6	6	30	5	5	6	16
6	6	5	6	5	28	4	5	6	15
6	6	6	5	4	27	5	5	6	16
5	5	4	4	5	23	4	4	5	13
3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
3	3	4	3	3	16	3	3	4	10
4	4	4	4	4	20	3	4	5	12
6	6	6	6	6	30	5	5	6	16
6	6	5	4	5	26	4	4	5	13
5	5	6	4	4	24	2	2	2	6
4	4	4	4	4	20	4	4	5	13
4	3	4	4	5	20	4	3	5	12
3	3	3	3	3	15	2	3	3	8
1	1	1	1	1	5	3	3	4	10
5	4	5	4	5	23	4	4	5	13
5	5	5	6	6	27	3	4	4	11
6	6	5	5	5	27	4	3	4	11
5	6	6	5	5	27	4	4	5	13
6	5	5	5	4	25	2	2	3	7
3	3	3	3	4	16	2	2	3	7
5	5	4	6	5	25	2	2	2	6
5	5	4	4	4	22	3	3	3	9
2	2	2	2	3	11	3	3	5	11
3	3	3	3	3	15	3	3	5	11

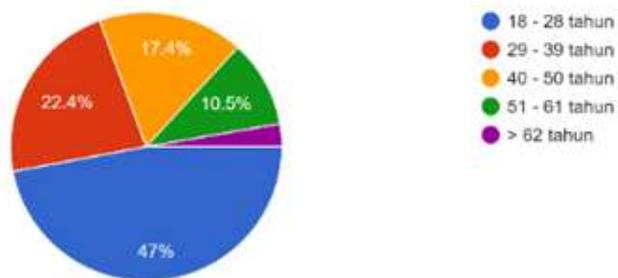
LAMPIRAN 3

HASIL KARAKTERISTIK RESPONDEN

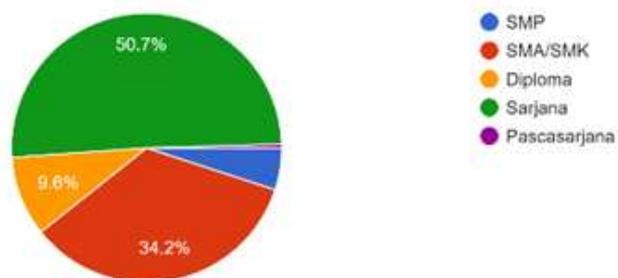
Jenis Kelamin
219 responses



Usia
219 responses

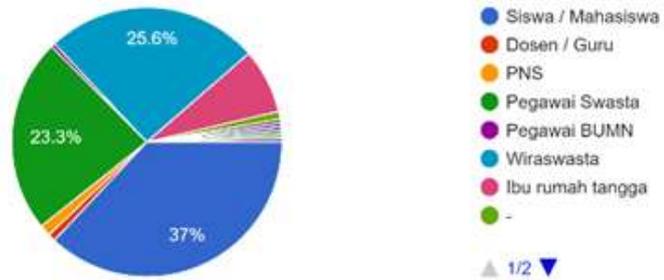


Pendidikan
219 responses



Pekerjaan

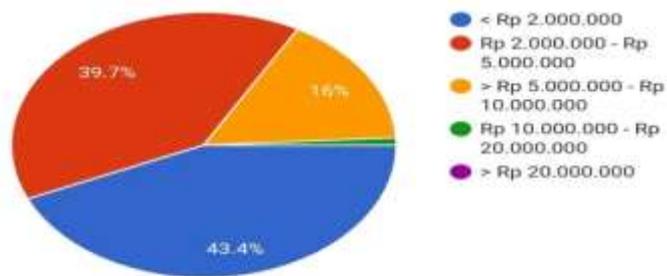
219 responses



ISLAM

Penghasilan (per bulan)

219 responses



LAMPIRAN 4

HASIL ANALISIS DATA

A. R Tabel

Tabel r Product
Moment
Pada Sig,0,05 (Two
Tail)

N	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128

33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

B. Hasil Uji Validitas

Perceived Reputation (X1)

Correlations							
		PRE1	PRE2	PRE3	PRE4	PRE5	Perceived Reputation
PRE1	Pearson Correlation	1	.732**	.712**	.593**	.645**	.861**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PRE2	Pearson Correlation	.732**	1	.730**	.525**	.687**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PRE3	Pearson Correlation	.712**	.730**	1	.548**	.714**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PRE4	Pearson Correlation	.593**	.525**	.548**	1	.627**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PRE5	Pearson Correlation	.645**	.687**	.714**	.627**	1	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	219	219	219	219	219	219
Perceived Reputation	Pearson Correlation	.861**	.863**	.868**	.783**	.870**	1

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	219	219	219	219	219	219
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Perceived Structural Assurance (X2)

Correlations							
		PSA1	PSA2	PSA3	PSA4	PSA5	Perceived Structural Assurance
PSA1	Pearson Correlation	1	.678**	.685**	.620**	.602**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PSA2	Pearson Correlation	.678**	1	.667**	.666**	.699**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PSA3	Pearson Correlation	.685**	.667**	1	.673**	.706**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PSA4	Pearson Correlation	.620**	.666**	.673**	1	.648**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PSA5	Pearson Correlation	.602**	.699**	.706**	.648**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	219	219	219	219	219	219
Perceived Structural	Pearson Correlation	.839**	.867**	.873**	.844**	.854**	1

Assurance	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	219	219	219	219	219	219
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Perceived Information Quality (X3)

Correlations							
		PIQ1	PIQ2	PIQ3	PIQ4	PIQ5	Perceived Information Quality
PIQ1	Pearson Correlation	1	.742**	.716**	.760**	.725**	.899**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PIQ2	Pearson Correlation	.742**	1	.654**	.759**	.753**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PIQ3	Pearson Correlation	.716**	.654**	1	.715**	.700**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PIQ4	Pearson Correlation	.760**	.759**	.715**	1	.742**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PIQ5	Pearson Correlation	.725**	.753**	.700**	.742**	1	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	219	219	219	219	219	219

Perceived Information Quality	Pearson Correlation	.899**	.881**	.857**	.901**	.881**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	219	219	219	219	219	219

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

Perceived Risk (X4)

Correlations							
		PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	Perceived Risk
PR1	Pearson Correlation	1	.845**	.638**	.629**	.677**	.865**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PR2	Pearson Correlation	.845**	1	.675**	.637**	.688**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PR3	Pearson Correlation	.638**	.675**	1	.715**	.727**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PR4	Pearson Correlation	.629**	.637**	.715**	1	.778**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
PR5	Pearson Correlation	.677**	.688**	.727**	.778**	1	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	219	219	219	219	219	219
Perceived Risk	Pearson Correlation	.865**	.879**	.865**	.865**	.887**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	219	219	219	219	219	219

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

Trust (X5)

		Correlations					
		TRUST 1	TRUST 2	TRUST 3	TRUST 4	TRUST 5	Trust
TRUST 1	Pearson Correlation	1	.736**	.737**	.751**	.705**	.884*
	Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
TRUST 2	Pearson Correlation	.736**	1	.704**	.751**	.730**	.886*
	Sig. (2- tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
TRUST 3	Pearson Correlation	.737**	.704**	1	.728**	.728**	.878*
	Sig. (2- tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
TRUST 4	Pearson Correlation	.751**	.751**	.728**	1	.783**	.902*
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	219	219	219	219	219	219
TRUST 5	Pearson Correlation	.705**	.730**	.728**	.783**	1	.890*
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	219	219	219	219	219	219
Trust	Pearson Correlation	.884**	.886**	.878**	.902**	.890**	1

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	219	219	219	219	219	219
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Niat Menggunakan (Y)

Correlations					
		NM1	NM2	NM3	Niat Menggunakan P2P Syariah
NM1	Pearson Correlation	1	.797**	.743**	.934**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	219	219	219	219
NM2	Pearson Correlation	.797**	1	.665**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	219	219	219	219
NM3	Pearson Correlation	.743**	.665**	1	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	219	219	219	219
Niat Menggunakan P2P Syariah	Pearson Correlation	.934**	.912**	.876**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	219	219	219	219
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

C. Hasil Uji Realibilitas

Perceived Reputation

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.902	5

Perceived Srtructural Assurance

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.908	5

Perceived Information Quality

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.929	5

Perceived Risk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.921	5

Trust (X5)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.933	5



Niat Menggunakan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.892	3

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		219
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.93017056
Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.023
	Negative	-.043
Test Statistic		.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	VIF	TOL
Perceived Reputation	3,968	0,252
Perceived Structural Assurance	5,082	0,197
Perceived Information Quality	6,055	0,165
Perceived Risk	1,188	0,841
Trust	3,971	0,252

Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.034	.616		1.679	.095
	Perceived Reputation	-.030	.032	-.129	-.949	.344
	Perceived Structural Assurance	.011	.042	.041	.266	.791
	Perceived Information Quality	-.008	.042	-.031	-.186	.853
	Perceived Risk	.019	.017	.083	1.114	.266
	Trust	.031	.034	.124	.917	.360

a. Dependent Variable: Abs_Res



E. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.283	.966		2.364	.019
	Perceived Reputation	.067	.050	.115	1.340	.182
	Perceived Structural Assurance	.156	.065	.232	2.389	.018
	Perceived Information Quality	.110	.067	.175	1.655	.099
	Perceived Risk	-.045	.026	-.081	-1.729	.085
	Trust	.173	.053	.279	3.259	.001

F. Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.606	.597	1.953

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1249.865	5	249.973	65.558	.000 ^b
	Residual	812.172	213	3.813		
	Total	2062.037	218			

a. Dependent Variable: Niat Menggunakan P2P Syariah

b. Predictors: (Constant), Trust, Perceived Risk, Perceived Structural Assurance, Perceived Reputation, Perceived Information Quality

Uji T



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.283	.966		2.364	.019
	Perceived Reputation	.067	.050	.115	1.340	.182
	Perceived Structural Assurance	.156	.065	.232	2.389	.018
	Perceived Information Quality	.110	.067	.175	1.655	.099
	Perceived Risk	-.045	.026	-.081	-1.729	.085
	Trust	.173	.053	.279	3.259	.001