

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN TENTANG RIBA, DAN
FAKTOR SOSIAL TERHADAP LOYALITAS MASYARAKAT DI
YOGYAKARTA MENGGUNAKAN APLIKASI AKULAKU *PAYLATER*
DENGAN HUTANG SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Salma Salsabila

No. Mahasiswa: 19312170

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2023

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN TENTANG RIBA, DAN
FAKTOR SOSIAL TERHADAP LOYALITAS MASYARAKAT DI
YOGYAKARTA MENGGUNAKAN APLIKASI AKULAKU *PAYLATER*
DENGAN HUTANG SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**

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

Universitas Islam Indonesia.

Oleh:

Nama: Salma Salsabila

No. Mahasiswa: 19312170



FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya penelitian yang pernah diajukan oleh pihak lain 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 yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi pada skripsi ini. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup dan akan menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 18 Januari 2023

Penulis,



(Salma Salsabila)

الجمهورية الإسلامية اندونيسية

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN SOSIAL, DAN FAKTOR
SOSIAL TERHADAP LOYALITAS MASYARAKAT DI YOGYAKARTA
MENGUNAKAN APLIKASI AKULAKU *PAYLATER* DENGAN
HUTANG SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

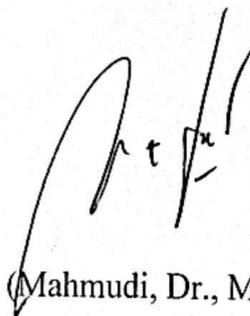
Nama: Salma Salsabila

No. Mahasiswa: 19312170

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal *13 Januari 2023*

Dosen Pembimbing.,



(Mahmudi, Dr., M.Si., CMA.)

BERITA ACARA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan tentang Riba, dan Faktor Sosial terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta Menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater dengan Hutang sebagai Variabel Pemoderasi

Disusun oleh : SALMA SALSABILA

Nomor Mahasiswa : 19312170

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 07 Maret 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Mahmudi, Dr., M.Si., CMA.

Penguji : Sigit Pamungkas, SE., M.Com.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFA, CertIFSAS.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullah Wabarakatuh.

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Riba, dan Faktor Sosial terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta menggunakan Aplikasi Akulaku *Paylater* dengan Hutang sebagai Variabel Pemoderasi”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Studi Program Sarjana Jenjang Strata Satu (S1) Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari dalam proses penyusunan skripsi membutuhkan waktu yang cukup lama, pikiran, tenaga. Namun dibalik itu tidak lepas dari kerja keras dan ada banyak pihak yang memberikan dukungan, bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dengan setulus hati kepada:

1. Allah *Subhanahu wa ta'ala*, yang selalu memberikan nikmat dan rahmat-Nya, serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
2. Nabi Muhammad *Shallallahu'alaihi wa sallam*, sebagai suri tauladan bagi semua umat manusia. Semoga Allah SWT memberikan kemudahan bagi penulis agar dapat mengambil teladan dari beliau dan istiqomah menerapkan sunnah-sunnahnya.

3. Kedua orang tua saya Bapak Arif Munandar dan Ibu Sri Wahyuni yang sangat berjasa dalam kehidupan penulis. Terimakasih atas segala doa, motivasi, semangat, nasihat, kasih sayang dukungan selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tidak ada yang mampu membalas semua kebaikan dan ketulusan Bapak dan Ibu, kecuali Allah SWT yang telah memberikan nikmat-Nya kepada keluarga kita. Semoga dapat bertemu kembali di Jannah-Nya kelak. *Aamiin yaa rabbal al'amin.*
4. Wafid Fauzan dan Fakhri Shidqi selaku kakak penulis yang senantiasa memberikan doa, motivasi, dan dukungan kepada penulis.
5. Bapak Mahmudi, Dr., M.Si., CMA. Selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang selalu mengajarkan ilmu dan segala hal yang bermanfaat baik dari sisi ilmu pengetahuan dan bekal menghadapi persaingan akademik. Terimakasih atas segala ilmu dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan memberkahi Bapak dan sekeluarga. *Aamiin yaa rabbal al'amin.*
6. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia beserta segenap jajaran pengajar Program Studi Akuntansi atas segala ilmu yang penulis peroleh.
7. Hendy Yudha Pramana selaku orang istimewa yang selalu menemani penulis dalam penyusunan penulisan skripsi ini. Terima kasih atas segala doa, dukungan, motivasi, bantuan, semangat serta hiburan terhadap penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Syaharani Nadila, Catharina Hubertina, Alfina Ariq, Sari Hogi selaku teman terdekat penulis mulai dari awal masuk kuliah hingga saat ini yang telah memberikan doa, semangat, terhadap penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Aqni Widya yang selalu memberikan dukungan dan menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima segala bentuk saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak, sehingga tercipta karya tulis yang lebih baik dimasa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga kita selalu diberikan petunjuk oleh Allah *Subhanahu wa ta'ala* dan dimasukkan kedalam Jannah-Nya kelak. *Aamiin yaa rabbal al'amin*.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 10 Januari 2023

Penulis,

Salma Salsabila

DAFTAR ISI

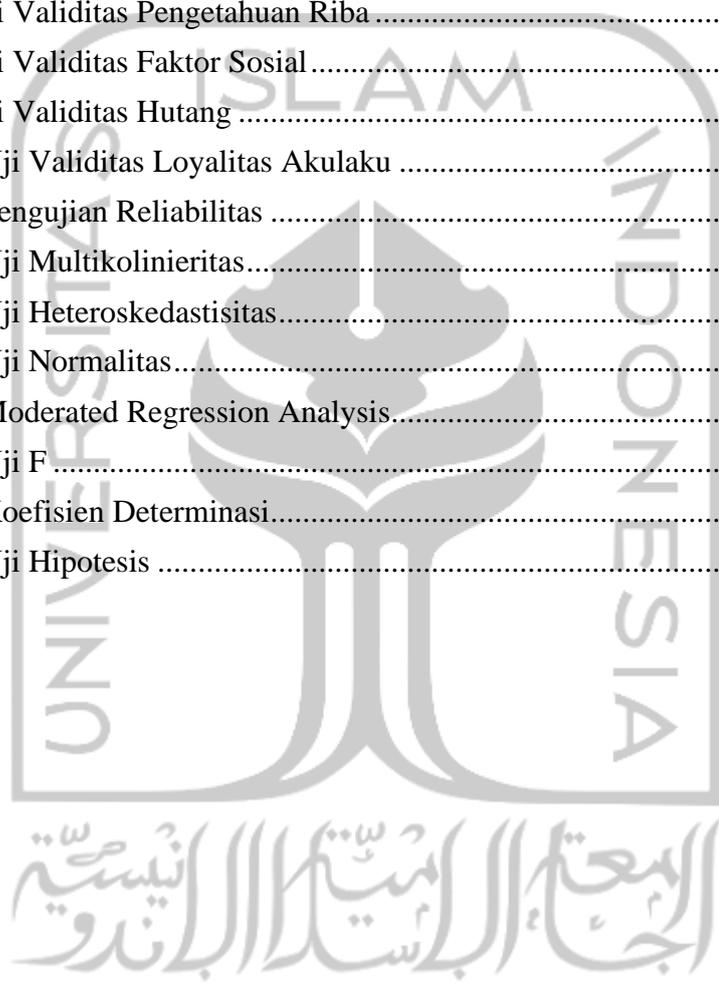
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
BERITA ACARA	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	13
KAJIAN TEORI	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1.1 Theory Of Planned Behavior.....	13
2.1.1.2 Al-Quran dan Hadist.....	15
2.2 E-Commerce	19
2.3 Financial Technology (Fintech).....	21
2.4 Paylater	21
2.5 Akulaku Paylater.....	23
2.6 Religiusitas.....	25
2.7 Pengetahuan Riba.....	29
2.8 Faktor Sosial	32
2.9 Hutang.....	33
2.10 Penelitian Terdahulu	36
2.11 Hipotesis Penelitian	40
2.11.1 Pengaruh religiusitas terhadap loyalitas masyarakat dalam menggunakan aplikasi Akulaku Paylater.....	40
2.11.2 Pengaruh pengetahuan tentang riba berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat dalam menggunakan aplikasi Akulaku Paylater	41

2.11.3 Pengaruh faktor sosial terhadap loyalitas masyarakat dalam menggunakan aplikasi Akulaku Paylater.....	43
2.11.4 Pengaruh Religiusitas terhadap Loyalitas Masyarakat dalam Menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater dengan Hutang sebagai Variabel Pemoderasi	44
2.11.5 Pengaruh Pengetahuan Riba terhadap Loyalitas Masyarakat dalam Menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater dengan Hutang sebagai Variabel Pemoderasi.....	45
2.11.6 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Loyalitas Masyarakat dalam Menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater dengan Hutang sebagai Variabel Pemoderasi	46
2.12 Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III	48
METODELOGI PENELITIAN	48
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	49
3.3 Definisi Operasional Variabel	50
3.3.1 Variabel Dependen (Y).....	50
3.3.3.1 Loyalitas Pengguna Akulaku Paylater	50
3.3.2 Variabel Independen (X)	51
3.3.2.1 Religiusitas.....	51
3.3.2.2 Pengetahuan Riba.....	53
3.3.2.3 Faktor Sosial	54
3.3.3 Variabel Moderasi	55
3.3.3.1 Hutang.....	55
3.4 Metode Analisis	57
3.4.1 Uji Moderated Regression Analysis (MRA).....	57
3.5 Uji Kualitas Data.....	58
3.5.1 Uji Validitas	58
3.5.2 Uji Reliabilitas	59
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.6.1 Uji Normalitas.....	59
3.6.2 Uji Multikolinearitas	59
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
3.7 Alat Uji Statistik.....	60
3.7.1 Uji Statistik t (Parsial)	60
3.7.2 Uji Statistik f (Simultan)	61
3.7.3 Koefisien Determinasi (R ²)	61
3.7.4 Uji Hipotesis	62
BAB IV	63

HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Hasil Sampel Penelitian	63
4.2 Karakteristik Responden.....	63
4.3 Uji Instrumen	66
4.3.1 Uji Validitas	66
4.3.2 Uji Reliabilitas	68
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.4.1 Uji Multikolinearitas	69
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	70
4.4.3 Uji Normalitas.....	71
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4.5.1 Uji Moderated Regression Analysis (MRA).....	73
4.5.2 Uji Statistik F (Simultan)	77
4.5.3 Koefisien Determinasi (R ²)	78
4.6 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	79
4.6.1 Pengaruh Religiusitas terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater.....	79
4.6.2 Pengaruh Pengetahuan Riba terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater.....	80
4.6.3 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater.....	81
4.6.4 Pengaruh Religiusitas terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater dimoderasikan Hutang	82
4.6.5 Pengaruh Pengetahuan Riba terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater dimoderasikan hutang	83
4.6.6 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater dimoderasikan hutang	84
BAB V	86
KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	87
5.3 Saran	88
5.4 Implikasi Penelitian	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	64
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi	65
Tabel 4.6 Uji Validitas Religiusitas.....	66
Tabel 4.7 Uji Validitas Pengetahuan Riba	67
Tabel 4.8 Uji Validitas Faktor Sosial.....	67
Tabel 4.9 Uji Validitas Hutang	68
Tabel 4.10 Uji Validitas Loyalitas Akulaku	68
Tabel 4.11 Pengujian Reliabilitas	69
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas.....	70
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas.....	70
Tabel 4.14 Uji Normalitas.....	71
Tabel 4.15 Moderated Regression Analysis.....	73
Tabel 4.17 Uji F	77
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi.....	78
Tabel 4.19 Uji Hipotesis	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior (TPB) 15
Gambar 4.1 Grafik Normal Probability Plot 72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian	97
Lampiran 2: Identitas Responden.....	98
Lampiran 3: Tabulasi Data.....	105
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas	121
Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas	125
Lampiran 6: Hasil Olah Data	126



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh religiusitas, pengetahuan riba, dan faktor sosial terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan Aplikasi Akulaku *Paylater* dengan hutang sebagai variabel pemoderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat di Yogyakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Total sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 129 responden dengan metode *purposive sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda dengan uji *moderated regression analysis (MRA)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta menggunakan Akulaku *Paylater*, pengetahuan riba tidak berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta menggunakan Akulaku *Paylater*, faktor sosial berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta menggunakan Akulaku *Paylater*, hutang memperlemah hubungan antara religiusitas terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta menggunakan Akulaku *Paylater*, Hutang memperkuat hubungan antara Pengetahuan Riba terhadap loyalitas menggunakan Akulaku *Paylater* dan hutang berpengaruh positif dan signifikan dalam memperkuat hubungan antara faktor sosial terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta menggunakan Akulaku *Paylater*.

Kata Kunci: Religiusitas, Pengetahuan Riba, Faktor Sosial, Hutang, Loyalitas Akulaku *Paylater*.

ABSTRACT

This research was conducted to determine the influence of religiosity, usury knowledge, and social factors on community loyalty in Yogyakarta in using the Akulaku Paylater Application with debt as a coding variable. The population in this study is the Community in Yogyakarta. Data collection techniques using questionnaires. The total sample used in this study was 129 respondents with the purposive sampling method. The analysis used in this study is a multiple linear analysis with a moderated regression analysis (MRA) test. The results showed that the level of religiosity had a significant positive effect on people's loyalty in Yogyakarta using Akulaku Paylater, usury knowledge did not affect people's loyalty in Yogyakarta using Akulaku Paylater, social factors had a significant negative effect on people's loyalty in Yogyakarta using Akulaku Paylater, debt weakens the relationship between religiosity to community loyalty in Yogyakarta using Akulaku Paylater, Debt strengthens the relationship between Riba Knowledge to loyalty using Akulaku Paylater and debt has a positive and significant effect in strengthening the relationship between social factors and community loyalty in Yogyakarta using Akulaku Paylater.

Keywords: Religiosity, Usury Knowledge, Social Factors, Debt, Loyalty Akulaku *Paylater*.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya *technology* masa kini kearah yang semakin maju dan canggih, tidak akan bisa dipungkiri dan juga mempengaruhi masyarakat dari segala aspek bidang sosial, ekonomi dan budaya. Semakin berkembangnya teknologi membuat masyarakat diseluruh belahan dunia termasuk Indonesia tidak dapat lepas dari yang namanya internet. Internet merupakan kelompok kumpulan dari sejumlah komputer atau bahkan mencapai jutaan komputer yang berada seluruh belahan dunia yang saling terhubung dan terhubung satu sama lain dan juga media yang dimanfaatkan dengan kabel/serat optik dan satelit atau jaringan telepon. Menurut Martins *et al.*, (2019) adanya *smarthphone* dan berbagai kemudahan yang didapat dari akses internet akan berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat dalam melakukan transaksi atau komunikasi. Penggunaan *smartphone* yang memberikan berbagai kemudahan menjadi pendorong dalam berkembangnya berbelanja secara *online*, karena cepatnya segala informasi didapat dari *digital marketing* (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Hal itu ditunjukkan dengan kehidupan masyarakat yang saat ini menggunakan teknologi digital, mulai dari munculnya *e-commerce* yang dapat digunakan masyarakat secara mudah dalam bertransaksi jual beli barang atau jasa. Dengan kecanggihan teknologi akan mempermudah bagi pelaku usaha bisnis dalam melakukan penawaran barang atau jasa dan juga mempermudah konsumen dalam mencukupi kebutuhannya. Di era yang serba digital sekarang ini mempermudah masyarakat untuk mengikuti perkembangan gaya hidup dari sosial media.

Salah satu manfaat positif yang didapat dengan adanya teknologi informasi adalah dengan adanya electronic commerce (e-commerce) atau fintech (financial technology) yang berbentuk *online marketplace*. Menurut Prastiwi & Fitria (2021) dengan adanya *marketplace* akan mempermudah masyarakat pada saat membeli produk dan pihak pelaku bisnis dapat memperluas pasarnya. Saat ini masyarakat dimanjakan oleh banyaknya platform e-commerce untuk berbelanja baik kebutuhan sehari-hari ataupun kebutuhan gaya hidup. Masyarakat di zaman sekarang ini lebih banyak membeli kebutuhan untuk gaya hidup dibanding untuk membeli kebutuhan sehari-hari, sehingga mereka lebih suka membeli daripada menciptakan. Oleh karena itu, hal tersebut akan menciptakan budaya hidup seseorang yang negatif yaitu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sendiri ialah kecenderungan seseorang untuk membeli barang atau jasa tanpa pertimbangan rasional. Menurut Sari (2021) awalnya tujuan dari pembelian produk yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan juga tersedianya dana yang cukup, namun saat ini adanya dana tidak hanya dilihat dari uang tunai melainkan lebih memperhatikan layanan pembayaran digital. Melihat banyaknya masyarakat yang memiliki antusias tinggi untuk berbelanja online disamping kemudahan dan kepraktisannya tetapi juga banyak berbagai platform e-commerce yang berlomba-lomba memberikan diskon dan flash sale untuk menarik minat penggunanya. Hal tersebut menjadi pendorong untuk menimbulkan perilaku konsumtif di berbagai kalangan masyarakat. Karena semakin maraknya jual beli online, disisi lain juga banyak lembaga keuangan digital yang melayani pinjaman online. Tanpa disadari, kehadiran pinjaman online sangat diuntungkan oleh masyarakat yang membutuhkan dana mendadak. Menurut

Sidabutar (2020) masyarakat dapat mencukupi segala keinginan atau kebutuhan dapat menggunakan layanan *paylater* dimana sistem pembayaran dilakukan dikemudian hari dengan cara cicilan .

Menurut Aulianisa (2020) *paylater* merupakan sebuah fitur dimana memberikan pinjaman *online* yang dapat digunakan oleh para pengguna atau konsumen dalam melakukan pembayaran setelah kemudian hari, dengan sistim pembayaran dicicil atau sekali bayar secara digital tanpa menggunakan kartu kredit. Salah satu platform yang menyediakan layanan pinjaman online berbasis tekonologi yaitu Akulaku *Paylater*. Melansir pada situs Tipkerja pada tanggal 1 Januari 2023 Akulaku *Paylater* adalah sebuah aplikasi yang menyediakan pinjaman bagi pelanggan untuk belanja dengan limit kredit mencapai Rp 15 juta dengan dikenakan bunga sebesar 2,6% per bulan untuk pinjaman diatas Rp 1.000.000. Saat ini Akulaku banyak diminati masyarakat. Hal itu dibuktikan bahwa akulaku finance indonesia telah sukses mencapai 135% dari rencana yang telah direncanakan pada tahun 2021 (Ronito, 2022). Menurut Arifin (2018) dengan adanya pinjaman online yang berupa *financial technology (fintech)* merupakan suatu imbas dengan adanya kemajuan teknologi yang banyak menyediakan pinjaman secara mudah dengan syarat dan ketentuan tertentu, selain itu juga fintech pinjaman online lebih fleksibel dibanding dengan lembaga keuangan konvensional sebagai contoh yaitu bank. Aplikasi Akulaku ini dapat digunakan untuk pembayaran cicilan atau kredit dalam merchant *e-commerce*, selain itu juga digunakan dalam pencairan batas kredit. Penelitian ini menggunakan Akulaku sebagai variabel dependen dikarenakan masih sedikit peneliti yang menggunakan aplikasi akulaku *paylater*.

Dengan berbagai kemudahan menggunakan fitur *paylater* terdapat sisi negatif karena masyarakat mudah terlintas dengan hutang. Hutang merupakan segala sesuatu yang dipinjamkan oleh pihak pemberi hutang terhadap individu ataupun badan usaha yang dikenal sebagai kreditur sedangkan individu atau badan yang meminjam dikenal sebagai debitur (Cahyadi, 2014). Orang yang mempunyai hobi berbelanja secara online kemungkinan dengan *Paylater* dalam aplikasi Akulaku dapat menimbulkan hutang yang akan bertambah banyak. Dengan mudahnya membeli segala kebutuhan sehingga tidak memikirkan dampak yang ditimbulkan. Akibat, masyarakat tidak mengetahui pengeluaran yang bertambah banyak ketika di akhir bulan. Jatuh tempo pembayaran merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, dikarenakan jika seorang peminjam tidak bisa melunasi ataupun terjadi keterlambatan dalam membayar cicilan online akan menimbulkan dampak negatif. Masyarakat tentunya juga harus memilih aplikasi pinjaman online yang dapat dipercaya serta memikirkan kedepannya baik itu jangka panjang ataupun jangka pendek atas pinjaman online tersebut.

Religiusitas merupakan pengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi Akulaku Paylater. Religiusitas sendiri dapat diciptakan dalam banyak perspektif kehidupan manusia. Kegiatan yang berkaitan dengan agama tidak hanya dilihat ketika seseorang sedang beribadah saja, melainkan pada saat melakukan kegiatan lainnya yang tidak hanya terbatas dalam hal yang tampak namun juga dilihat dari segala kegiatan yang dilakukan didalam hati seseorang (Zuhirsyan & Nurlinda, 2018). Religiusitas diartikan sebagai gabungan dari berbagai aspek yang dijadikan landasan dasar oleh seseorang dalam menjalankan

segala kegiatan secara baik dan benar dengan tujuan mendapat kebahagiaan didunia ataupun di akhirat (Harahap, 2020). Dalam pandangan islam religiuitas didefinisikan sebagai lini kehidupan umat muslim. Sesuai firman Allah SWT tentang pentingnya religiusitas dalam Q.S Al- Baqarah: 208 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.”

Masyarakat muslim dengan tingkat religiusitas tinggi akan cenderung berperilaku sesuai tingkatan ketaatan terhadap agamanya (Jalaluddin, 2001). Ketika kita berbelanja dengan menggunakan fitur *Paylater* pada aplikasi akulaku ini, perlu menerapkan sikap kehati-hatian dengan memantapkan keyakinan sesuai dengan ajaran agama. Tingkat religiusitas di setiap individu seseorang nantinya dapat memilah ataupun memikirkan penggunaan fitur *paylater*, selain itu juga dapat memilih pinjaman online tanpa bunga yang terhindar dari riba.

Riba adalah hal yang tidak diperbolehkan dalam islam sebab Al-Quran dan hadist dengan tegas menyebutkan bahwa itu adalah haram (Hisam, 2021). Dalam kehidupan ini terdapat banyak sekali hal yang mengandung riba salah satunya ialah pinjaman online. Pinjaman Online (Pinjol) masuk dalam riba nasiah dan riba fadl karena jika melakukan pinjaman, uang yang diterima tidak sesuai uang yang dipinjam namun pinjaman tersebut akan dikurangi dan ketika mengembalikan harus lebih dari uang yang dipinjam. Dimana dalam pembelian barang atau jasa dengan menggunakan Akulaku Paylater terdapat bunga sebagai penambahan dana yang

didapat dari hasil tambahan membayar utang piutang. Pengetahuan tentang riba kepada masyarakat menjadi faktor yang harus diperhatikan, karena dalam melakukan tindakan kita harus berpedoman kepada Al-Quran dan Hadist agar terhindar dari larangan-Nya. Pada dasarnya masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang riba dan juga banyak masyarakat yang menggunakan pinjaman online untuk mencukupi kebutuhan salah satunya di platform Akulaku Paylater. Menurut Harahap (2020) menjelaskan bahwa seseorang yang paham mengenai riba belum pasti memiliki tingkat religiusitas yang tinggi karena tidak berpengaruh dalam pengambilan keputusan, tetapi seseorang dengan tingkat religiusitas tinggi maka akan paham dan menjauhi riba karena mereka memperdalam pengetahuan riba dan dapat menghindari hal yang haram. Dari banyaknya pengguna Akulaku Paylater tidak menyadari bahwa terdapat unsur riba didalamnya. Maka dari itu pengetahuan tentang riba akan menjadi pengaruh dalam minat masyarakat menggunakan aplikasi Akulaku Paylater.

Selain pengetahuan tentang riba, faktor sosial juga berpengaruh terhadap minat penggunaan Akulaku Paylater. Sesuai kodratnya, manusia ditakdirkan sebagai makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendirian dan pasti selalu membutuhkan pertolongan. Faktor sosial ialah sekumpulan orang yang bersama-sama memperhitungkan secara rinci persamaan didalam suatu komunitas secara formal ataupun informal (Lamb et al, 2001). Hubungan antar teman, keluarga dan juga lingkungan hidup ialah faktor sosial yang dapat dilihat secara nyata pengaruhnya. Semakin dekat hubungan tersebut maka akan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kehidupan termasuk dalam hal hutang piutang. Menurut

Schiffman & Kanuk (2000) mengatakan indikator faktor sosial meliputi: 1. Kelompok formal dan informal 2. Kelompok teman dalam media sosial 3. Teman dekat atau sahabat 4. Keluarga 5. Peran dan status sosial. Mayoritas masyarakat sering kali dalam menggunakan suatu produk atau jasa disebabkan oleh pengaruh lingkungan dimana mereka bersosial. Hal itu dibuktikan dengan masyarakat ketika membeli atau menggunakan suatu produk yang mudah di iming - imingi oleh teman ataupun termakan iklan, tanpa memikirkan kondisi keuangan dan kebutuhan.

Dari hasil penjelasan diatas diketahui bahwa aplikasi Akulaku paylater merupakan salah satu pinjaman online yang mempunyai rating banyak dan review yang bagus, sehingga banyak masyarakat yang bergantung atau berlangganan dalam menggunakan fitur *paylater* dalam aplikasi Akulaku. Loyalitas konsumen merupakan suatu bentuk hubungan yang erat yang berkaitan dengan pembelian kembali atas produk atau jasa secara konsisten. Loyalitas konsumen akan berdampak pada keberlangsungan bisnis suatu *brand* agar tetap eksis. Menurut Kotler & Armstrong (2016) pengambilan keputusan seseorang terhadap suatu *brand* atau merek yang mana akan dibeli akan memberikan bentuk kegemaran atas *brand* tertentu. Demikian juga dengan salah satu *platform* pinjaman online yang sudah cukup terkemuka yang melakukan banyak strategi marketing untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas pengguna mereka, seperti melakukan banyak strategi promosi (iklan), memberikan diskon atau potongan harga kepada konsumen mereka, dan juga membuat tagline yang cukup menarik “#Akubisa dengan Akulaku dan Akubisa Lakukan yang Terbaik”. Namun dengan berbagai kemudahan dalam berbelanja online dan banyaknya platform yang menawarkan bantuan pinjaman

online, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui bagaimana hukum pinjaman online dalam syariat islam apakah riba atau tidak. Dalam pinjaman online tidak menggunakan bahasa bunga untuk tambahan pembayaran tetapi biaya administrasi yang sering kali membuat masyarakat yang awam beragama dan pengetahuan menanggap hal tersebut adalah riba.

Berdasarkan paparan diatas, judul yang sesuai dan menarik perhatian penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul:

“PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN TENTANG RIBA, DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP LOYALITAS MASYARAKAT DI YOGYAKARTA MENGGUNAKAN APLIKASI AKULAKU PAYLATER DENGAN HUTANG SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI”

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada penjelasan yang dimuat di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*?
2. Apakah pengetahuan tentang riba berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*?
3. Apakah pengaruh faktor sosial berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*?
4. Apakah hutang memoderasi pengaruh religiusitas terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*?

5. Apakah hutang memoderasi pengetahuan tentang riba terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*?
6. Apakah hutang memoderasi faktor sosial terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan rumusan masalah yang sudah diuraikan di atas, maka dapat dijelaskan maksud dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah tingkat religiusitas yang dimiliki seseorang akan berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*.
2. Untuk mengetahui apakah pengetahuan riba yang dimiliki seseorang akan berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*.
4. Untuk mengetahui apakah hutang memoderasi pengaruh religiusitas terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*.
5. Untuk mengetahui apakah hutang memoderasi pengetahuan tentang riba terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*.

6. Untuk mengetahui apakah hutang memoderasi faktor sosial terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*.

1.4 Manfaat Penelitian

Tentu saja setiap aktifitas yang dilakukan pasti memiliki manfaat. Oleh karena itu, manfaat yang diharapkan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan tentang Riba, dan Faktor Sosial terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta Menggunakan Aplikasi Akulaku *Paylater* dengan Hutang sebagai Variabel Pemoderasi”. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan secara langsung atau tidak langsung. Manfaat dari dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Praktisi

Dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat digunakan sebagai penambah wawasan dan pengetahuan terkait beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam penggunaan aplikasi *paylater*. Kemudian juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pembaca dan pengguna *paylater* sebagai salah satu alat pembayaran.

2. Manfaat Teoritis

- 2.1 Bagi penulis dan pembaca

Hasil dari pembahasan ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan bagi pembaca juga penulis terutama dalam hal hutang-piutang berbunga. Selain itu, dapat digunakan untuk melatih berpikir secara kritis dalam menghadapi fenomena akuntansi di sekitar khususnya pinjaman online dan cicilan kredit.

2.2 Bagi Masyarakat

Pembahasan dari penelitian ini diharapkan untuk dijadikan sebagai pembelajaran dan juga pedoman bagi masyarakat agar lebih mempelajari lebih dalam lagi tentang *Paylater* agar bisa mengambil keputusan sesuai dengan ajaran islam.

2.3 Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai landasan dan pedoman dalam mengembangkan penelitian selanjutnya, khususnya bagi peneliti yang berminat untuk melakukan penelitian tentang *Paylater* dalam aplikasi Akulaku sesuai ajaran islam.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini, kerangka penulisan terdiri atas beberapa bab yang tersusun secara runtut dan terstruktur. Berikut ini adalah penjelasan terkait dengan susunan materi dari setiap bab:

BAB 1: PENDAHULUAN

Dalam bab 1 memuat pendahuluan yang terbagi dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan atas penelitian yang dilakukan, manfaat dari penelitian, serta urutan penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

Bagian 2 merupakan tempat dimana penulis menjelaskan tentang teori - teori yang dijadikan landasan atau acuan dalam skripsi ini. Disisi lain juga

membahas referensi penelitian yang telah dilakukan terdahulu, kerangka pemikiran, dan juga hipotesis penelitian untuk diuji.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab 3 adalah tempat dimana penulis akan menjelaskan metode penelitian yang mencakup populasi hingga jenis sampel, metode dalam memperoleh data dan analisis data, serta variabel dalam penelitian dan teknik yang digunakan untuk analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab 4 ini membahas terkait analisa data yang berupa hasil penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan data empiris, hasil dari pengujian hipotesis, dan juga temuan selama penelitian ini dilakukan

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab 5 ini berisikan kesimpulan secara keseluruhan dari pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, dan membahas keterbatasan yang terdapat pada penelitian, dan juga saran yang saling berhubungan dengan kesimpulan yang didapat.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

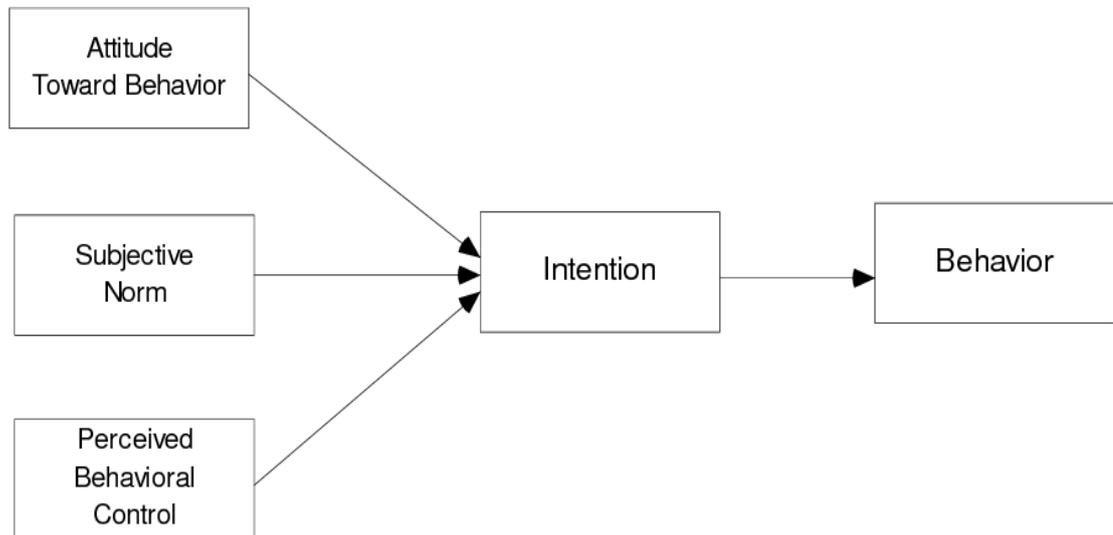
2.1.1 Landasan Teori

2.1.1.1 Theory Of Planned Behavior

Theory Of Planned Behavior adalah teori yang dijelaskan oleh (Ajzen, 1991). Teori tersebut menghubungkan antara sikap dan perilaku yang akan dilakukan dalam melakukan suatu tindakan, yang perlu dipertimbangkan oleh setiap individu dalam menilai sikap, norma subjektif dan untuk mengukur kontrol persepsi perilaku individu tersebut. Teori ini mengasumsikan bahwa persepsi dari kontrol perilaku mempunyai minat terhadap penerapan motivasional. Hal itu berkaitan dengan bagaimana cara berpikir individu dalam pengambilan keputusan untuk berperilaku yang selaras dengan aturan berada agar dapat mengetahui perilaku yang dilakukan baik atau tidak untuk menciptakan kesadaran masing masing individu. Theory of Planned Behavior mempunyai landasan terhadap perspektif keyakinan yang akan berpengaruh terhadap individu dalam melakukan perilaku. Menurut Yuliana (2004) perspektif keyakinan dilakukan mencakup penggabungan kualitas, beragam karakteristik, dan informasi yang akan digunakan individu dalam berperilaku. Jika dipertemukan dengan peristiwa tertentu, tidak seberapa keyakinan individu atas kegiatan yang akan muncul serta mempunyai *strength* yang akan mempengaruhi tingkah laku.

Teori perilaku terencana mencakup 3 komponen mencakup sikap terhadap tindakan, norma substansi dan kontrol perilaku yang didasarkan pada setiap individu yang akan membuat sebuah keputusan dalam berperilaku sesuai dengan pengalaman dan juga pengetahuan yang mereka miliki yang akan berdampak pada niat individu. Menurut Ajzen (1991) jika terdapat sikap yang baik, persepsi kemudahan ataupun *support* yang diberikan oleh orang terdekat dikarenakan tidak terdapat gangguan dalam berperilaku, maka akan meningkat niat seseorang dalam berperilaku. Ajzen juga menegaskan bahwa kendali perilaku yang digambarkan adalah pandangan seseorang terkait bagaimana mudah dan sulit untuk melakukan sesuai yang berhubungan dengan kemantapan akan kesempatan dan keberadaan sumber daya yang dibutuhkan (Saputri & Kiswara, 2019). Oleh karena itu, dapat dimungkinkan untuk membaurkan semua keyakinan perilaku yang dilimpahkan untuk mendapatkan keseluruhan perilaku disposisi. Kesulitan yang paling utama untuk melakukan pendekatan seperti itu ialah untuk menutupi perbedaan yang menarik dari pandangan teori ataupun praktis. Secara teori, penilaian pribadi perilaku (*attitude*), Norma sosial (*subjektif norma*), *perceived behavior control* merupakan konsep yang memiliki perbedaan (Ajzen, 1991).

Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior (TPB)



Sumber: Theory of Planned Behaviour (Ajzen, 1991)

Berpedoman dari teori di atas, ditarik kesimpulan bahwa *The Theory of Planned Behavior* merupakan teori yang berisikan hubungan antara sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku akan memberikan dampak terhadap niat perilaku individu untuk bertingkah laku. Niat tersebut merupakan bentuk dari seberapa besar seseorang akan mencoba dan juga tingkat rencana dalam menjalankan perilaku. Bentuk dari perilaku individu dari pandangan keyakinan contohnya berupa penentuan dalam menggunakan *Paylater* yang akan dipengaruhi oleh tingkat religiusitas.

2.1.1.2 Al-Quran dan Hadist

Pada dasarnya ilmu pengetahuan memiliki fungsi untuk mencari kebenaran ilmiah yang benar dan sesuai dengan kaidah ilmiah. Setiap individu dapat mencari kebenaran dengan berpedoman ilmu pengetahuan dan melalui penelitian ilmiah

atau dengan cara lainnya. Dalam pandangan islam, ilmu pengetahuan ialah bukti nyata sebuah kewajiban manusia selaku makhluk dari ciptaan Allah SWT yang berakal dan memiliki pikiran (Supriatna, 2019). Adanya pengetahuan yang didapat dari akal manusia berdasarkan pengamatan atau pengalaman yang pernah dialami akan bertujuan mendapat ridha dari Allah SWT. Menurut Afriatin (1997) menerangkan bahwa dalam agama islam menjadikan ilmu pengetahuan sebagai alat atau media kesejahteraan manusia yang didasari oleh nilai-nilai ilahiyah dan ditujukan untuk kemanusiaan. Agama islam memposisikan ilmu pengetahuan dengan dasar keimanan dan ketaqwaan.

Kehidupan akan sangat penting kaitanya dengan pengetahuan karena merupakan hal yang terpenting khususnya dalam pengambilan keputusan. Banyak individu yang seringkali meremehkan pengetahuan karena berpikiran bahwa hal yang mudah dipahami tetapi tidak mengimplementasikannya dengan pengetahuan yang benar. Banyak jenis ilmu pengetahuan tidak hanya melalui sekolah saja, melainkan dalam hal ilmu yang kaitanya dengan agama sebagai contoh dalam islam yaitu pengetahuan akad jual beli, hutang dengan hukum riba yang diperbolehkan dan dilarang.

Hikmah atas diturunkannya Al -Quran berfungsi sebagai wadah manusia untuk merenungkan ayat ayatnya kemudian memperoleh ilmu agar mendapatkan keberkahan, sesuai dengan firman Allah yang tercantum dalam Q.S Sad Ayat 29:

كُتِبَ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ مُبَارَكًا لِيَدَّبَّرُوا آيَاتِهِ وَلِيَتَذَكَّرَ أُولُوا الْأَلْبَابِ

Artinya: “Kitab (Al-Qur'an) yang Kami turunkan kepadamu penuh berkah agar mereka menghayati ayat-ayatnya dan agar orang-orang yang berakal sehat mendapat pelajaran”.

Hadist yang membahas tentang menuntut ilmu itu penting telah dijelaskan dalam HR. Muslim yang berbunyi:

مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا، سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ

“Barang siapa menelusuri jalan untuk mencari ilmu padanya, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga” (HR. Muslim).

Kandungan atas isi Al-Quran dan hadist yang telah diuraikan diatas dapat disimpulkan bahwa ilmu pengetahuan sangat penting bagi kehidupan sebagai bekal baik didunia maupun diakhirat untuk mendapat keberkahan Allah SWT dan memudahkan jalan menuju surga.

Dalam agama islam telah dijelaskan pentingnya pengetahuan dalam hal perniagaan yaitu diperbolehkannya jual beli sesuai syariat islam melainkan dengan cara yang dilarang dengan mengambil sesuatu yang bukan miliknya. Penjelasan tersebut sesuai dengan firman Allah SWT QS. An-Nisa:29 yang berbunyi:

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

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

Ayat Al-Quran lainnya yang membahas mengenai pengetahuan dalam kegiatan jual beli yaitu bahwa Allah telah mengingatkan dampak dari memakan harta riba yang berasal dari bunga hutang piutang ataupun jual beli. Tercantum dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا
الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kerasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”

Hadist yang membahas mengenai pentingnya pengetahuan dalam hubungan perniagaan (jual beli) terdapat dalam HR. Ibnu Hibban 567 yang berbunyi:

مَنْ عَشَّنَا فَلَيْسَ ، وَالْمَكْرُ وَالْخِدَاعُ فِي النَّارِ
“Barang siapa yang berlaku curang terhadap kami, maka ia bukan dari golongan kami. Perbuatan makar dan tipu daya tempatnya di neraka” (HR. Ibnu Hibban 567)

Berdasarkan dari Al-Quran dan Hadist yang telah dilampirkan di atas memiliki beberapa hal kaitanya erat dengan perkembangan teknologi saat ini, yaitu semakin menjamurnya *online shop* dari berbagai *platform*. Para *online shopper* tidak hanya menyediakan penjualan produk saja tetapi juga menyediakan jasa

seperti pinjaman *online* yang kebanyakan masyarakat telah menggunakan jasa tersebut namun tidak mengetahui haram atau halal. Setiap individu mempunyai paham yang berbeda-beda terkait dalam hal pengambilan keputusan, banyak masyarakat yang mengesampingkan syariat islam dalam proses pengambilan keputusannya karena dirasa terlalu mengatur dirinya. Padahal syariat islam adalah salah satu pedoman yang tidak perlu diragukan kebenarannya, karena sudah diatur dalam Al-Quran. Maka dari itu, sebagai umat muslim yang taat dalam beragama, sebelum memutuskan sesuatu hendaknya berpegang aturan agama islam atau syariat islam agar menghindarkan diri kita dari segala hal yang bathil. Contohnya dalam perilaku riba yaitu penambahan nominal dalam pengembalian dalam sebuah pinjaman *online*.

2.2 E-Commerce

E-commerce adalah sebuah proses tukar menukar barang antar satu individu dengan individu lainnya yang memanfaatkan teknologi digital. Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, memberikan dampak sangat dapat dikatakan cukup signifikan terhadap kemudahan pelaku bisnis untuk berkomunikasi dan melakukan transaksi melalui media internet (Riswandi,2019).

Dalam pelaksanaannya, *e-commerce* telah dikelompokkan menjadi tiga, yaitu

1. *Business to Consumer* (B2C), B2C sendiri adalah sebuah proses penjual produk atau layanan jasa kepada pengguna secara individu.
2. *Business to Business* (B2B), B2B adalah proses penjualan sebuah produk atau jasa yang dilakukan langsung oleh antar *company* (perusahaan)

3. *Consumer to Consumer* (C2C), C2C adalah proses penjualan yang dilakukan menggunakan metode langsung antara pelanggan dengan pelanggan.

Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan perdagangan elektronik atau sering disebut dengan *e-commerce* berupa sebuah media yang bisa digunakan oleh seseorang untuk melakukan transaksi jual atau beli sebuah produk dan juga jasa secara daring (*online*) dengan segala kemudahan seperti dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun setiap pelaku bisnis memerlukannya.

Dibalik semua kemudahan yang diberikan oleh para penyedia *e-commerce*, tentu saja akan ada kekurangannya. Beberapa kekurangan yang ada yaitu:

1. Keterbatasan waktu dalam pelayanan pelanggan karena pada penyedia *e-commerce* hanya melayani di jam-jam tertentu saja.
2. Tidak dapat melihat secara langsung atau *face to face* barang dan jasa yang diperjual belikan, oleh karena itu berisiko menimbulkan meningkatnya tindak penipuan
3. Kehilangan data pribadi dari para konsumen jika sistem keamanan sebuah penyedia *e-commerce* tidak dikelola dengan baik
4. Belum ada undang-undang nasional maupun internasional yang secara resmi mengatur kegiatan jual beli online

2.3 Financial Technology (Fintech)

Inovasi dari sektor keuangan yang sering dikenal dengan sebutan fintech (*Financial technology*) merupakan suatu inovasi teknologi dalam bidang industri keuangan yang mampu memberikan kemudahan dan efisiensi dalam transaksi keuangan. Fintech mengintegrasikan pengendalian *finance*, penyimpanan, distribusi uang, dan teknologi. Disisi lain fintech juga dapat dikatakan hasil atas campuran jasa dalam bidang keuangan yang terhubung dengan teknologi dan membentuk sebuah model bisnis yang awalnya konvensional berubah menjadi moderat. Proses transaksi membayar yang awalnya harus dilakukan dengan tatap muka, namun sekarang ini transaksi dalam melakukan pembayaran dapat dilakukan dengan mudah tanpa harus mendatangi dan bertatap muka juga membawa uang *cash* dan juga dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun seseorang memerlukannya.

2.4 Paylater

Secara garis besar *Paylater* diartikan sebagai teknik dalam melakukan pembayaran oleh *customer*. Menurut Aulianisa (2020) Layanan fitur *paylater* memberikan kemudahan bagi para pengguna dimana dapat melakukan pembayaran setelah kemudian hari. Kehadiran fitur *paylater* merupakan bentuk hasil hubungan antara *platform digital* dengan pihak ketiga yaitu penyedia layanan angsuran atau cicilan. Terdapat berbagai keunggulan yang didapat dari fitur *paylater* diantaranya yaitu dapat dijadikan sebagai jalan alternatif untuk melakukan transaksi pembayaran yang dapat dimanfaatkan oleh generasi milenial karena dianggap dapat memberikan proses yang cepat dan juga lebih praktis digunakan tanpa harus menggunakan kartu kredit (Aristanti, 2020). Pembayaran menggunakan *paylater*

saat ini lebih terlihat *populer* jika dibandingkan dengan keberadaan kartu kredit. Penggunaan fitur *paylater* lebih sederhana hanya dengan melakukan pendaftaran menggunakan KTP, menentukan limit pinjaman yang diajukan, setelah itu pengguna dapat menggunakan pinjaman dan melakukan pelunasan. Dapat diartikan bahwa adanya fitur *paylater* merupakan sebuah bentuk inovasi terbaru setelah layanan menggunakan kartu kredit.

Metode pembayaran yang ada dalam sistem *paylater* yaitu perusahaan dari penyedia jasa akan memberikan dana talangan diawal sesuai dengan nominal yang dibelanjakan *user*, kemudian setelah transaksi jual selesai pembeli dapat membayar kembali sesuai dengan nominal yang digunakan kepada perusahaan penyedia jasa yang memberikan pinjaman tersebut (Wafa, 2020). Cara menggunakan layanan fitur *paylater*, pengguna dapat mendaftarkan pada *platform paylater*, setelah itu untuk mendapatkan limit kredit harus melakukan tahap verifikasi. Menurut Saputri (2020) untuk penentuan nominal limit kredit disesuaikan berdasarkan *skoring* kreditnya.

Dengan kehadiran fitur *paylater*, saat ini banyak *online shop* dan *e-commerce* yang juga berlomba dalam menawarkan fasilitas layanan tersebut guna untuk mempermudah bagi konsumen dalam pemberian pinjaman yang lebih praktis, pilihan tenggat waktu yang disediakan, dan juga berbagai diskon yang menarik. Berbagai *platform* yang telah menyediakan fitur *paylater* yang telah terintegrasi dengan *merchant* dalam layanan berbelanja, tiket transportasi dan liburan diantaranya yaitu Akulaku *Paylater*, Shopee *Paylater*, Go*Paylater*, Dana *Paylater*, Traveloka *Paylater*, Kredivo *Paylater*, Ovo *Paylater*.

Menurut Prastiwi & Fitria (2021) Dibalik kemudahan dari penggunaan *paylater*, terdapat sisi negatif yang akan ditimbulkan diantaranya yaitu pembayaran dibebankan oleh bunga dan juga biaya tambahan, pengguna memiliki keinginan yang tinggi untuk berbelanja, terganggunya sistem pengelolaan keuangan yang tidak stabil, sering atau akan terbiasa menggunakan, selain itu juga dampak yang akan terjadi ketika pengguna tidak dapat melunasi dengan tepat waktu yang akan dikenakan denda dan juga yang terpenting orang akan terjerumus dalam kesulitan keuangan dimasa yang akan mendatang. Dengan hutang yang terus seringkali dilakukan dan meningkat juga akan mengancam gangguan pada kesehatan mental.

2.5 Akulaku Paylater

Menurut Hamdanur *et al.*, (2021) Akulaku adalah sebuah penyedia jasa *e-commerce* yang sekaligus menyediakan kredit untuk pembelian barang didalamnya yang berada dibawah naungan PT Akulaku Alvin Indonesia. Akulaku hadir dengan membawa segala kemudahan yang ditawarkan yaitu dengan pembayaran yang bisa dicicil hingga menyediakan pinjaman murni berbentuk uang.

Metode pembayaran dalam Akulaku *paylater* menyediakan limit kredit hingga 15 juta. Dari limit kredit tersebut, cicilan atau tenor yang ditawarkan oleh Akulaku *paylater* cukup panjang dan juga fleksibel yaitu sampai 12 bulan (Solusi Pembayaran Akulaku Paylater, 2022). Bunga yang ditetapkan oleh Akulaku itu sendiri yaitu sebesar 2,6% per bulan untuk pinjaman yang mempunyai jumlah melebihi dari Rp 1.000.000 dan memiliki batas waktu pinjaman selama 30 hari. Sedangkan bunga yang diberikan untuk pinjaman Rp 1.000.000 dengan waktu cicilan selama 30 hari tidak dibebankan bunga atau bunga sebesar 0%. Untuk

keterlambatan pembayaran pelunasan yang telah melebihi tenggat waktu, Akulaku menetapkan biaya tambahan 10% per bulan dari nominal tagihan.

Dari awal munculnya akulaku disambut dengan baik oleh masyarakat karena memberikan kemudahan dalam berbelanja, kemudahannya tersebut adalah:

1. Mayoritas barang yang diperjualbelikan dalam *platform* akulaku dapat dibeli secara kredit
2. Mudahnya proses pendaftaran akun hingga proses pembayaran kredit
3. Memberikan limit kredit kepada para penggunanya
4. Bekerja sama dengan jumlah toko *online* yang cukup banyak sehingga penggunanya dapat leluasa untuk mencari barang yang mereka inginkan dimanapun dan kapanpun mereka mau
5. Kemudahan dalam proses pembayaran cicilan karena akulaku sudah bekerja sama dengan *e-wallet* yang sudah cukup terkenal di Indonesia, transfer bank, dan *debit card online*.

Dari berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh Akulaku, tentu saja memiliki kekurangan yang cukup memberikan kesan tidak sesuai harapan para penggunanya, kekurangan tersebut yaitu:

1. Proses pengiriman barang yang dapat dikatakan cukup lama
2. Tidak diberikan atau munculnya resi sehingga pembeli tidak dapat melacak barang pesannya
3. Sulitnya untuk berinteraksi dengan penjual karena tidak tersedianya *live chat* kecuali penjual menghubungi pembeli terlebih dahulu
4. Banyaknya penjual yang kurang aktif dalam membalas pesan konsumennya

5. Tidak terdapat pilihan ekspedisi lainnya

Berdasarkan paparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa fitur yang ditawarkan *platform* Akulaku yaitu *paylater* merupakan sebuah cara untuk melakukan pinjaman secara *online* dengan praktis tanpa harus menggunakan kartu kredit dan memiliki banyak kemudahan lainnya. Namun disisi lain, dalam penggunaannya masyarakat juga harus waspada atau lebih hati-hati dalam pengambilan keputusan menggunakan Akulaku *Paylater*, karena mengingat pinjaman yang terdapat tambahan nominal (bunga) bertentangan dengan ajaran syariat islam.

2.6 Religiusitas

Religiusitas berasal dari kata *religion* yang mempunyai arti agama dan menjadi *religiosity* yang diartikan sebagai pengungkapan spiritual seseorang mencakup nilai hukum yang ditetapkan dan sistem keyakinan. Religiusitas merupakan tindakan atau sikap individu yang dipengaruhi agamanya. Menurut Fadihla *et al.*, (2020) menjelaskan bahwa religiusitas adalah sebuah dasar individu dalam berperilaku, bersikap dan juga bertindak sesuai dengan keyakinan masing-masing, contohnya yaitu disaat berada dalam *decision making* secara *general* manusia akan memilih apa yang telah mereka ketahui sebelumnya. Pembahasan terkait keyakinan agama, religiusitas merupakan sebuah *problem* pilihan pribadi. Pengalaman atas keagamaan menjadi sebuah awal mula dalam memberikan penilaian terkait kedalaman loyalitas keagamaannya.

Dalam pengambilan sebuah keputusan, religiusitas memiliki arti penting bagi setiap individu. Agama akan menampilkan individu dari segala keberadaan

manusia (Najtama, 2018). Perilaku dalam bentuk ritual merupakan sebuah bentuk dari kegiatan keagamaan, namun seseorang juga dapat menjadi religius pada saat menjalankan kegiatan lain yang didukung oleh kekuatan yang tinggi. Pada dasarnya pengambilan keputusan didasarkan pada kebebasan oleh setiap individu dalam melakukan segala aktivitas atau tindakan seperti halnya dengan belanja *online*. Ketika menjual atau membeli barang, maka perlu religiusitas yang dijadikan sebagai pedoman atau dasar agar sesuai dengan ajaran agama. Tingkat religiusitas memperlihatkan etika seseorang dalam berperilaku, jika tingkat religiusitas semakin tinggi maka seseorang akan lebih berpikir kembali dan semakin tinggi kesadaran yang dimiliki seseorang dalam memperbaiki akhlak yang dimilikinya.

Dalam Hadist telah dijelaskan mengenai religiusitas yang dapat dijadikan sebuah pedoman atau petunjuk dengan tujuan seseorang dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan segala aktivitas, serta terhindar dari larangan ayat perbuatan yang menimbulkan dosa. Hal tersebut telah dijelaskan dalam H.R Arba'in 7, yang berbunyi:

عَنْ أَبِي رُقَيْبَةَ تَمِيمِ بْنِ أَوْسِ الدَّارِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: الدِّينُ النَّصِيحَةُ، فُلْنَا: لِمَنْ؟ قَالَ: لِلَّهِ، وَلِكِتَابِهِ، وَلِرَسُولِهِ، وَلِأَيِّمَةِ الْمُسْلِمِينَ وَعَامَّتِهِمْ.

“Dari Abu Ruqayyah Tamim bin Aus Ad-Daari radhiallahu ‘anhu, bahwasanya Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Agama adalah nasihat”. Kami pun bertanya, “Hak (untuk) siapa (nasihat itu)?”. Beliau menjawab, “Nasihat itu adalah hak (untuk) Allah, kitab-Nya, Rasul-Nya, pemerintah kaum muslimin dan rakyatnya (kaum muslimin)” (HR.Arba'in).

Berdasarkan hadist diatas dapat disimpulkan maksud dari agama adalah nasihat. Nasihat merupakan hal sesuatu yang harus didengarkan juga dijadikan sebagai pilar utama dalam beragama dan inti dari agama. Oleh karena itu, umat muslim yang beriman dianjurkan dalam bertindak dan berperilaku harus berlandaskan dari Al-Quran dan Al-Hadist agar masuk kedalam jiwa yang akan membuahakan amalan baik dalam perilaku kita serta terhindar dari segala hal bathil yang mendatangkan dosa.

Agama merupakan sebuah simbol, kepercayaan, nilai, dan tingkah laku yang berpusat pada masalah-masalah yang di rasakan sebagai makna (*ultimare meaning*). Menurut Glock & Stark (1968) membagi religuitas kedalam 5 dimensi yang penting yaitu:

1. *Belief Dimension* (Dimensi Keyakinan)

Dimensi keyakinan memiliki isi berupa ekspektasi manusia beragama yang berpegang kepada teologis dan mengakui kebenaran doktrin pilihnya. Hal tersebut merujuk kepada besarnya kepercayaan umat Muslim terhadap kerelevanan agamanya yang meliputi hal-hal fundamental seperti keberadaan Allah SWT, Nabi, Rasulnya. Dimensi keyakinan tidak sempit yang hanya meliputi keyakinan saja, tetapi juga adanya tradisi-tradisi antar sesama umat beragama.

2. *Religion Practice Dimension* (Dimensi Praktik Agama)

Dalam praktik beragama meliputi ketaatan umat beragama dalam melakukan pemujaan dan beribadah kepada Tuhannya sebagai bukti nyata loyalitas kepada agamanya. Dalam dimensi ini berisikan bagaimana umat muslim yang taat beribadah sesuai dengan tingkatan kemampuannya seperti menunaikan ibadah shalat, berpuasa zakat dan haji.

3. *Experience Dimension* (Dimensi Pengalaman)

Pengalaman, perasaan, pandangan, dan sensasi beragama yang pernah seseorang rasakan biasanya diwujudkan dengan adanya sebuah kelompok keagamaan yang memandang pentingnya komunikasi dalam mempercayai bawah Tuhan itu ada.

4. *Knowledge Dimension* (Dimensi Pengetahuan)

Dimensi pengetahuan berisikan seberapa jauh umat beragama dalam memahami, mengetahui ajaran agamanya terutama kitab suci ataupun sumber yang lainnya. Dalam dimensi ini merujuk pada tingginya pengetahuan umat muslim atas syariat agamanya sesuai apa yang tertulis dalam kitab suci bahwa manusia yang beriman dan beragama setidaknya mengetahui dasar agama, tradisi dalam agamanya walaupun .

5. *Practice Dimension* (Dimensi Pengamalan)

Agama sangat berpengaruh terhadap sikap dan perilaku bersosial individu. Dalam dimensi pengamalan merujuk kepada tingkatan umat muslim dalam mendalami keyakinan beragama, praktik, pengetahuan dan pengamalan langsung seseorang setiap harinya seperti : membantu antar sesama manusia, mendahulukan adab.

2.7 **Pengetahuan Riba**

Segala sesuatu yang mencakup hidup manusia sudah diatur didalam Al-Qur'an seperti mencukupi kebutuhan hidupnya, tentang bagaimana cara manusia dalam mendapatkan rezeki dan harta, tentang bagaimana cara melakukan transaksi contohnya utang piutang (Munthe & Ningsih, 2020). Memberikan atau meminjam adalah bentuk kepedulian antar manusia namun jika terdapat tambahan dalam pengembalian yang ada bukannya membantu tetapi malah menambah masalah yang dihadapi manusia. Menurut Farooq (2012) agama islam merupakan pedoman untuk seluruh umat muslim dalam menjalankan kehidupan telah memberi penjelasan antara hal yang disebut perintah (kewajiban) dan hal yang disebut larangan (haram). Riba merupakan tambahan yang diambil atas hasil transaksi penjualan dan pembelian serta pinjam meminjam dengan cara yang batil yang melanggar prinsip ajaran agama islam (Antonio, 2017).

Dalam ajaran islam, riba merupakan perbuatan yang dilarang Allah SWT. Pada praktiknya riba akan membebaskan orang yang memiliki hutang karena terdapat pengembalian jumlah dari hutang, telah diatur dalam firman Allah SWT QS. Al-Baqarah ayat 278 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman”

Selain ayat diatas, Al-Quran juga menjelaskan bahwa perbuatan riba hukumnya adalah haram. Jika seseorang memberikan penilauan riba merupakan hal yang halal maka dia termasuk golongan orang kafir dan sama saja melakukan dosa yang besar. Hukum haram atas riba tercantum dalam firman Allah SWT QS. Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”

Adapun Hadist yang menjelaskan larangan riba dan balasan orang yang memakan harta dari riba sebagaimana tercantum dalam HR. Muslim yang berbunyi:

لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكِلَ الرِّبَا وَمُوكِلَهُ وَكَاتِبَهُ وَشَاهِدِيهِ وَقَالَ هُمْ سَوَاءٌ

"Rasulullah mengutuk orang yang makan harta riba, yang memberikan riba, penulis transaksi riba dan kedua saksi transaksi riba. Mereka semuanya sama (berdosa)" (HR Muslim).

Kegiatan yang berbau riba terbagi menjadi 2 yaitu riba dalam hal transaksi hutang piutang dan riba dalam transaksi jual beli atau perdagangan. Jenis riba dalam

hal hutang piutang yaitu Riba *Jahiliyah* dan Riba *Qardh*. Riba Jahiliyah ialah bentuk tambahan dari pinjaman pokok atas transaksi utang piutang dikarenakan peminjam tidak dapat membayar sesuai dengan waktu yang ditentukan. Sedangkan riba Qard yaitu kelebihan atas transaksi utang piutang yang diminta peminjam pada saat pelunasan, sebagai contoh yaitu *paylater*. Selanjutnya riba yang terkait perdagangan terdiri dari 3 jenis yaitu Riba *Nasi'ah*, Riba *Fadl*, dan Riba *Al-Yad*. Riba *Al-Nasi'ah* merupakan penundaan atau menunggu yang berkaitan dengan waktu yang sudah ditetapkan untuk para peminjam yang akan membayar atas pinjaman pokok dengan tambahan dari penggunaan pinjaman itu sendiri. Contoh praktik riba *Nasi'ah* yaitu penggunaan bunga bank yang akan memberikan beban terhadap para peminjam. Selanjutnya, riba *Al-Fadl* adalah tambahan dari hasil transaksi penukaran barang yang akan diterima oleh salah satu pihak, dimana dalam hal tersebut akan menyebabkan ketidakadilan. Kemudian riba *Al-Yad* yaitu dalam transaksi jual beli dan tidak terdapat kelebihan, tetapi sebelum harga atau barang ada salah satu pihak yang meninggalkan akad.

Perbuatan riba dilarang dalam islam dikarenakan didalamnya unsur ketidakadilan oleh pihak yang harus menanggung konsekuensi. Sedangkan dalam hukum islam lebih mementingkan keseimbangan antara konsekuensi dengan hasil dalam hal yang diterima ataupun diberikan. Saat ini banyak lembaga atau platform yang menawarkan pinjaman dengan syarat dan juga ketentuan yang lebih mudah sehingga masyarakat yang secara mudah tergiur oleh tawaran tersebut tanpa memikirkan risiko yang diterima. Dalam fitur *paylater* yang ada di *platform* Akulaku, dapat diketahui bahwa tambahan yang ditetapkan pada tiap bulanya dan

juga denda jika terjadi keterlambatan membayar termasuk ke dalam transaksi riba hutang piutang dimana tergolong jenis riba *qardh*. Hal itu didalam Islam tidak dibenarkan. Maka dari itu, seseorang diharapkan untuk bisa mengambil keputusan dengan baik agar dapat terhindar dari perbuatan riba.

2.8 Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan kumpulan individu yang memberikan pengaruh dalam bentuk perilaku terhadap individu yang lain untuk melakukan sebuah tindakan berdasarkan kebiasaan atau yang mereka lihat. Menurut Lamb *et al*, (2001) Faktor sosial ialah gabungan dari beberapa orang dimana mereka secara dekat mempertimbangkan persamaan yang berada dalam status atau penghargaan sekelompok orang yang dilakukan secara berlanjut pergaulan diantara mereka baik secara informal ataupun formal. Hakikatnya, faktor sosial dapat dijumpai dalam hubungan antar teman, orang tua, dan keluarga yang akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan. Hal tersebut dapat diketahui dari semakin erat hubungan antar teman, orangtua, dan keluarga maka akan memberikan pengaruh terhadap pola pikir seseorang. Menurut Setiadi (2019) faktor sosial mencakup dari beberapa indikator yaitu sebagai berikut:

1. Kelompok Acuan

Kelompok acuan didefinisikan sekumpulan manusia atau grup yang secara langsung dapat berpengaruh ataupun tidak kepada perilaku individu. Setiap kelompok acuan dapat mempengaruhi seorang individu dan biasanya akan membuat seseorang terarah kepada sebuah perilaku atau *lifestyle* yang baru.

2. Keluarga

Keluarga atau *family* adalah salah satu contoh primer dari kelompok acuan yang memiliki sifat *able fluently to interact*. Keluarga adalah sebuah kelompok acuan yang paling berpengaruh terhadap kehidupan seseorang.

3. Peran dan Status Sosial

Setiap manusia tidak lepas dari hidup bersosial dalam suatu kelompok sosial. Bentuk partisipasi seseorang dalam kelompok sosial adalah bentuk dari peran dan status sosial.

Mengutip dari paparan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa faktor sosial ialah bentuk interaksi langsung maupun tidak langsung yang mampu mempengaruhi individu dalam mengambil keputusan. Menurut Gharaibeh *et al*, (2018) menjelaskan dengan munculnya sebuah ajakan atau rekomendasi dari orang terdekat ataupun kelompok sosial dapat secara langsung akan mempengaruhi seorang individu untuk mengikutinya.

2.9 Hutang

Dalam pandangan islam mu'amalah dan hutang piutang sudah terkaji dengan jelas. Hutang atau piutang atau dalam bahasa arab *qardh* yaitu sebuah upaya pinjam meminjam kepada orang lain dengan ketentuan peminjam membayar kewajibannya. Hutang merupakan kewajiban atau *liabilities*. Oleh karena itu hutang (*liabilities*) adalah sebuah kewajiban yang masing – masing individu miliki dan berasal dari eksternal dan bersumber dari leasing, kredit, pinjaman bank atau

sejenisnya (Fahmi, 2015). Menurut Hantono & Rahmi (2018) hutang atau *liabilities* merupakan sebuah kewajiban yang dimiliki perusahaan dan harus dilunasi sebagai efek dari pembelian atau penggunaan jasa secara kredit. Menurut Rofiullah *et al.*, (2021) hutang piutang yang memiliki syarat sudah biasa dijalani oleh berbagai kalangan seperti individu, pedagang, petani, pengusaha. Maka dari itu, islam mengatur dan memberikan Al-qur'an sebagai pedoman dalam pelaksanaan praktik hutang piutang (*qard*) agar dapat menghindari unsur penipuan dan ketidakjelasan (*gharar*), dan unsur riba agar tidak memberikan keuntungan di salah satu pihak.

Hutang hukumnya bagi pihak kreditur sunah sedangkan untuk pihak debitur hukumnya mubah. Menurut Monica (2020) Dalam situasi darurat, setiap orang diperbolehkan untuk berhutang. Dewasa ini, mayoritas orang yang memiliki hutang berbunga adalah kalangan remaja, karena mereka lebih mengutamakan gengsi dan gaya *hedonisme* agar dipandang mewah. Akibatnya banyak dari mereka yang tidak mampu membayar hutang beserta bunganya sehingga menjadi terus bertambah.

Menurut Prastiwi & Fitria (2021) Hutang piutang dalam syariat agama islam diperbolehkan, pemberi pinjaman akan mendapatkan pahala jika memberikan pinjaman kepada orang yang membutuhkan. Pelunasan dalam pengembalian hutang harus berdasarkan perjanjian yang telah disetujui bersama antara kedua pihak. Nominal yang dibayarkan saat pelunasan yaitu sebesar hutang yang dipinjam, karena jika pengembalian melebihi uang yang dipinjam maka tidak dibenarkan dalam hukum islam. Hutang yang memiliki kelebihan dalam pengembaliannya dapat mendatangkan bahaya bagi pihak peminjam atau yang memberikan pinjaman

karena termasuk kedalam dosa riba. Allah berfirman dalam QS. At-Taghabun ayat 17 yang berbunyi:

إِنْ تَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُّضْعِفْهُ لَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ وَاللَّهُ شَكُورٌ حَلِيمٌ

Artinya: “Jika kamu meminjamkan kepada Allah dengan pinjaman yang baik, niscaya Dia melipatgandakan (balasan) untukmu dan mengampuni kamu. Dan Allah Maha Mensyukuri, Maha Penyantun”

Dari ayat diatas dapat dipahami bahwa dalam pinjam meminjam yang harus dipertimbangkan adalah baik, masalah, tidak saling merugikan, dan bermanfaat. Selain itu terdapat hadist yang menjelaskan terkait hukum utang piutang yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ مَعَ الدَّائِنِ حَتَّى يَقْضَى دَيْنَهُ مَا لَمْ يَكُنْ فِيهَا يَكْرَهُ اللَّهُ

“Allah akan bersama (memberi pertolongan pada) orang yang berhutang (yang ingin melunasi hutangnya) sampai dia melunasi hutang tersebut selama hutang tersebut bukanlah sesuatu yang dilarang oleh Allah” (HR. Ibnu Majah)

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pinjaman hutang berbunga dapat memberikan dampak yang berbahaya, karena jika tidak dapat membayar maka bunga akan terus bertambah. Oleh karena masalah itu, banyak orang yang terkena gangguan jiwa dan bunuh diri karena terlilit hutang sebagai contoh dalam berita yang dimuat oleh Kompas.com pada tanggal 06 Juli 2022 yang berisi seorang pria menggantungkan diri karena terlilit hutang pinjol (Huda, 2022)

2.10 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Ananda, 2022)	Analisis Hukum Islam Terhadap Pinjaman Uang Elektronik Shopee <i>Paylater</i> Pada <i>Marketplace</i> Shopee	Variabel Dependen: Shopee <i>Paylater</i> Variabel Independen: Hukum Islam	Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa Islam tidak membenarkan Shopee <i>Paylater</i> karena tidak memenuhi prinsip syariah yang tidak sesuai akad <i>qardh</i> dengan adanya biaya tambahan yang akan memberikan keuntungan pihak peminjam sehingga termasuk dalam unsur riba dan tidak sesuai dengan penggunaan uang elektronik berbasis syariah pada ketentuan fatwa DSN-MUI No: 116/DSN-MUI/IX/2017 dimana limit yang digunakan dan nonimal uang yang didapat dalam bentuk pinjaman.
2	(Fadhila <i>et al.</i> , 2020)	Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopee <i>Paylater</i>	Variabel Dependen: Shopee <i>Paylater</i> Variabel Independen: Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial	-Religiusitas secara keseluruhan terdapat hubungan yang tidak signifikan, berpengaruh positif dan kuat terhadap keputusan masyarakat muslim di Medan dalam menggunakan Shopee <i>Paylater</i> . - Pengetahuan produk mempunyai hubungan

				<p>yang positif signifikan dan pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan masyarakat muslim di Medan dalam menggunakan Shopee <i>Paylater</i>.</p> <p>-Faktor sosial mempunyai hubungan yang positif signifikan dan pengaruh kuat terhadap keputusan masyarakat muslim di Medan dalam menggunakan Shopee <i>Paylater</i>.</p> <p>Kesimpulan dari keseluruhan penelitian ini bahwa variabel religiusitas, pengetahuan produk dan juga faktor sosial memberikan pengaruh kuat serta hubungan yang signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim di Medan dalam menggunakan Shopee <i>Paylater</i>.</p>
3	(Prastiwi & Fitria, 2021)	Konsep <i>Paylater Online Shopping</i> dalam Pandangan Ekonomi Islam	<p>Variabel Dependen: Konsep <i>Paylater</i></p> <p>Variabel Independen: Pandangan Ekonomi Islam</p>	<p>Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa pendapat ulama berbeda yang pertama, jual beli dilarang jika pembeli tidak mengetahui harga ketika membeli barang dan seorang pembeli baru dapat mengetahui harga pada saat akan</p>

				melakukan pembayaran diakhir setelah dijumlah keseluruhan. Kedua, bahwa <i>Paylater</i> diperbolehkan dengan ketentuan jika harga ditetapkan ketika sudah terjadi transaksi jual beli secara relevan berdasarkan ekonomi syariah.
4	(Wardhani <i>et al.</i> , 2020)	Pengaruh Pengetahuan Etika & Religiusitas Islam Terhadap Penggunaan Peer To Peer Lending Berbasis Syariah	Variabel Dependen: Penggunaan Peer to Peer Lending Variabel Independen: Pengetahuan Etika Dan Religiusitas Islam	Hasil dari penelitian bahwa kedua variabel yaitu pengetahuan etika dan religiusitas islam mempunyai pengaruh yang signifikan dalam penggunaan <i>peer to peer lending</i> syariah.
5	(Anwar <i>et al.</i> , 2020)	Pinjaman Online Dalam Perspektif Fikih Muamalah dan Analisis Terhadap Fatwa DSN-MUI NO. 117/DSN-MUI/IX/2018	Variabel Dependen: Pinjaman Online Variabel Independen: Perspektif Fikih Muamalah dan Analisis Fatwa DSN-MUI NO. 117/DSN-MUI/IX/2018	Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa dalam transaksi pinjam meminjam pihak yang memberikan pinjaman modal tidak diperbolehkan untuk membuat persyaratan tambahan biaya dalam pengembalian karena merupakan riba yang dilarang oleh agama. Dalam pinjaman <i>online</i> terdapat akad yang diperbolehkan antara lain <i>Mudharabah</i> , <i>Musyarakah</i> , <i>wakalah</i>

				<i>bil al ujah, dan qardh..</i>
6.	(Syaifuddin <i>et al.</i> , 2022)	Perspektif Ekonomi Islam terhadap Transaksi Shopee <i>Paylater</i>	Variabel Dependen: Shopee <i>Paylater</i> Variabel Independen: Perspektif Ekonomi Islam	Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa berdasarkan tinjauan ekonomi islam Shopee <i>Paylater</i> belum selaras dengan tuntunan syariah dan ketidaksesuaian pada asas dalam ekonomi islam. Praktik fitur shopee <i>paylater</i> didalamnya mengandung unsur riba karena memberikan keuntungan pihak shopee yang berasal dari bunga ataupun denda. Hal tersebut bertentangan terhadap prinsip-prinsip ekonomi islam.
7	(Apriliani, 2019)	Pengaruh Gaya Hidup, Peran Religiusitas, <i>Self Control</i> sebagai Variabel Mediasi terhadap Perilaku Pengelolaan Utang Masyarakat di Surabaya	Variabel Dependen: Perilaku Pengelolaan Utang Variabel Independen: Pengaruh Gaya Hidup, Peran Religiusitas, <i>Self Control</i>	-Berdasarkan hasil penelitian gaya hidup berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku masyarakat dalam pengelolaan utang. - <i>Self Control</i> secara keseluruhan memediasi gaya hidup terhadap masyarakat dalam pengelolaan utang. -Religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku masyarakat dalam pengelolaan utang.

8.	(Bachtiar & Muchtasib, 2022)	Pengaruh Pengetahuan Riba , Motivasi Konsumen dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan <i>PayLater</i> dalam Perspektif Ekonomi Islam	Variabel Dependen: Keputusan Penggunaan <i>Paylater</i> Variabel Independen: Pengaruh Pengetahuan Riba , Motivasi Konsumen dan Gaya Hidup	-Pengetahun riba tidak berpengaruh terhadap keputusan pembayaran menggunakan <i>Paylater</i> . -Motivasi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembayaran menggunakan <i>Paylater</i> . -Gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembayaran menggunakan <i>Paylater</i> .
----	------------------------------	---	--	---

2.11 Hipotesis Penelitian

2.11.1 Pengaruh religiusitas terhadap loyalitas masyarakat dalam menggunakan aplikasi Akulaku Paylater

Arti religiusitas dalam etimologis adalah religi, religie, religion dan ad-Dien. Religi sendiri berasal dari kata *religio* yang bermakna peraturan dan kewajiban yang bersifat mengikat dan wajib dilaksanakan dengan tujuan memperkuat hubungan individu atau sebuah kelompok dengan Tuhan-Nya. Religius memiliki hubungan keyakinan dalam agama. Kata religius sendiri merujuk pada sesuatu yang memiliki sifat religi yang berkaitan dengan agama dengan didasarkan prinsip-prinsip agama. Menurut pengertian dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), religiusitas yaitu keberagamaan. Keberagamaan (*Religiousness*) merupakan kondisi dan juga sifat seseorang yang beragama, dimana seseorang memiliki

kepatuhan atau ketaatan dalam melaksanakan ajaran agama yang dipercaya dan dianutnya. Religiusitas merupakan sebuah tingkatan seberapa jauh seorang individu memiliki komitmen atas sikap dan perilaku kepada agamanya (Rahman *et al*, 2015). Religiusitas akan memberikan dorongan terhadap seseorang dalam melakukan tindakan atau berperilaku selaras dengan agama, hal tersebut akan berpengaruh terhadap penggunaan *platform* Akulaku *paylater*.

Penelitian terdahulu tentang religiusitas dilakukan oleh Wardhani *et al.*, (2020) dapat disimpulkan religiusitas islam mempunyai pengaruh yang signifikan dalam penggunaan *peer to peer lending* syariah. Selain itu, Fadhila *et al* (2020) mengungkapkan bahwa variabel lepas religiusitas secara keseluruhan memberikan pengaruh positif dan kuat terhadap keputusan masyarakat muslim di Medan dalam menggunakan Shopee *Paylater*. Dalam penelitian Adika, (2021) menyimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *Paylater* pada aplikasi Shopee.

H1: Religiusitas berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat menggunakan Akulaku *Paylater*.

2.11.2 Pengaruh pengetahuan tentang riba berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat dalam menggunakan aplikasi Akulaku Paylater

Pengetahuan adalah segala aspek yang diketahui dan dimengerti berdasarkan pengalaman yang telah dilalui oleh individu itu sendiri dan pengetahuan akan bertambah seiring dengan lebih banyak pengalaman yang dilaluinya (Mubarak, 2011). Menurut Darsini *et al* (2019) pengetahuan yang ada

dalam diri manusia ialah hasil dari upaya yang dilakukan oleh manusia itu sendiri sebuah proses dalam mencari kebenaran atas masalah yang dihadapinya. Pengetahuan sangat berhubungan dengan pendidikan seseorang, yang mana dapat digambarkan tingkat pendidikan yang seseorang miliki tinggi maka semakin luas pengetahuannya. Dalam pandangan islam riba ialah bentuk kelebihan atas uang maupun barang. Riba memiliki arti kelebihan atau penambahan dalam sebuah kontrak tukar menukar dan pinjam meminjam. Riba juga dapat diartikan sebuah penambahan atas pembayaran sebuah hutang (Setyawati & Oktafia, 2018).

Penelitian serupa yang membahas hubungan antara pengetahuan riba dengan penggunaan aplikasi cashless telah dilakukan oleh Lestianawati & Riharjo (2020) menjelaskan bahwa tinggi atau rendahnya pengetahuan masyarakat tentang hukum dan dosa riba tidak mempengaruhi minat atau keputusan mereka dalam melakukan kegiatan yang berhubungan dengan riba. Penelitian yang sebelumnya sudah dilakukan oleh Bachtiar & Muchtasib (2022) juga menjelaskan bahwa pengetahuan masyarakat tentang riba tidak berpengaruh terhadap kesetiaan dalam menggunakan jasa *paylater*.

H2: Pengetahuan riba berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat menggunakan Akulaku *Paylater*

2.11.3 Pengaruh faktor sosial terhadap loyalitas masyarakat dalam menggunakan aplikasi Akulaku Paylater.

Menurut Venkatesh *et al.*, (2012) faktor sosial diartikan seberapa jauh pengguna mengakui jika lingkungan di sekitar sangat penting bagi dirinya dalam mendorong menggunakan teknologi. Secara garis besar faktor sosial akan merujuk pada efek yang didapatkan antara individu satu dengan individu lainnya. Dalam praktiknya, manusia akan membutuhkan dan bergantung kepada orang lain sebagai contoh dalam sebelum pengambilan keputusan manusia akan meminta pendapat terlebih dahulu. Faktor sosial digambarkan dengan datangnya individu yang memberikan pengaruh terhadap individu lainnya, termasuk dalam penggunaan hutang piutang online.

Penelitian tentang hubungan antara pengaruh faktor sosial dengan penggunaan aplikasi *paylater* sudah dilakukan oleh Dewi (2020) yang menyatakan bahwa pengaruh dari faktor sosial dimana seseorang itu tinggal maka akan mempengaruhi minat individu tersebut dalam menggunakan aplikasi *paylater*. Namun penelitian tersebut berbanding terbalik oleh penelitian Pratika (2021) bahwa faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku seseorang dalam menggunakan jasa *paylater*, kemudian dalam penelitian serupa juga telah dilakukan oleh Adirinekso *et al.*, (2020) juga mengungkapkan bahwa pengaruh lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap minat atau keputusan seseorang dalam memutuskan menggunakan atau tidak fitur dalam aplikasi *paylater*. Namun hasil penelitian oleh Herispon (2018) menyatakan hasil yang bertolak belakang dari

penelitian yang sudah dicantumkan sebelumnya, bahwa pengaruh dari lingkungan bersosial berpengaruh positif terhadap keputusan seorang individu untuk berhutang baik *onling* maupun *offline*.

H3: Faktor sosial berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat menggunakan Akulaku *paylater*

2.11.4 Pengaruh Religiusitas terhadap Loyalitas Masyarakat dalam Menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater dengan Hutang sebagai Variabel Pemoderasi

Religiusitas digunakan sebagai acuan atas perilaku setiap orang dalam menentukan suatu keputusan sebagai contoh ketika seseorang akan melakukan transaksi pinjaman atau hutang. Syariat islam memperbolehkan hutang ketika dalam keadaan yang sangat membutuhkan dan akan mendapatkan pahala untuk pihak yang memberikan pinjaman. Namun disisi lain, jika jumlah uang yang dipinjamkan tersebut akan menambahkan bunga maka akan berdosa dikarenakan hukumnya haram yang akan memberikan kerugian pihak peminjam. Menurut Rachmat (2019) Dalam hukum islam hutang piutang dinyatakan sah dan diperbolehkan jika syarat dan rukun sesuai dengan prinsip ajaran islam, dan juga tidak terdapat tambahan lebih uang atau barang.

Penelitian yang selaras dengan topik yang diangkat dalam penelitian sebelumnya oleh Apriliani (2019) mengungkapkan bahwa religiusitas seseorang berpengaruh negatif terhadap keputusan untuk berhutang secara online, semakin tinggi ilmu agama yang dimiliki oleh setiap orang maka semakin buruk juga orang

tersebut dalam menghindari hutang dalam hidupnya. Oleh karenanya, walaupun seseorang itu paham tentang agama dan segala larangannya tidak menutup kemungkinan bahwa orang tersebut dapat mengimplementasikan ke dalam kehidupan sehari-harinya

H4: Hutang memperkuat hubungan antara religiusitas masyarakat terhadap loyalitas menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*

2.11.5 Pengaruh Pengetahuan Riba terhadap Loyalitas Masyarakat dalam Menggunakan Aplikasi Akulaku *Paylater* dengan Hutang sebagai Variabel Pemoderasi

Riba menurut Lestianawati & Riharjo (2020) adalah adanya tambahan dalam kegiatan jual-beli ataupun hutang-piutang yang bathil (jelek) dan sudah jelas bertentangan dengan mu'amalah yang ada dalam ajaran islam. Pengetahuan ialah segala hal yang diketahui. Sebagai seorang muslim yang baik maka memperdalam pengetahuan tentang riba adalah hal yang penting karena di dalam kehidupan manusia tidak luput dengan adanya transaksi penjualan - pembelian ataupun pinjam - meminjami. Pengetahuan riba saling berkaitan hubungannya dengan berhutang. Seseorang harus memperdalam pengetahuan agama untuk dapat mempelajari aspek kehidupan dalam pengambilan keputusan agar terhindar dari perbuatan riba. Pengetahuan tentang riba atas produk jasa *paylater* akan mempengaruhi *loyalitas* (kesetiaan) para penggunanya.

Penelitian tentang hubungan antara hutang dengan pengetahuan riba terhadap penggunaan *paylater* sudah pernah dilakukan oleh Munthe & Ningsih

(2021) yang menyatakan bahwa diantara hutang dengan pengetahuan riba tidak terdapat hubungan yang saling mempengaruhi pada masyarakat Desa Salo. Penelitian dengan topik yang selaras juga dilakukan oleh Putra (2020) yang juga menjelaskan bahwa walaupun seseorang mengetahui larangan dari dosa riba, namun mereka tetap melakukan kegiatan hutang piutang yang mengandung unsur riba didalamnya.

H5: Hutang memperkuat hubungan antara pengetahuan riba masyarakat terhadap loyalitas menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*

2.11.6 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Loyalitas Masyarakat dalam Menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater dengan Hutang sebagai Variabel Pemoderasi

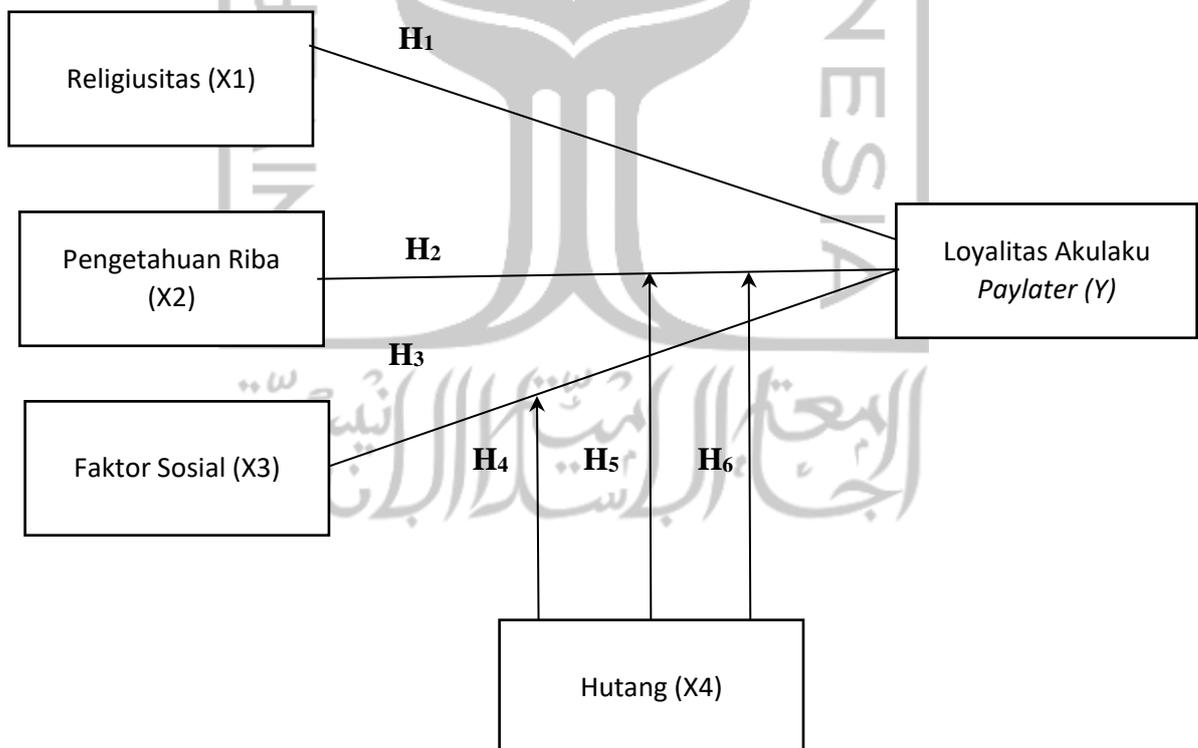
Faktor sosial adalah faktor yang paling mempengaruhi seseorang terhadap perilaku dan tindakan kesehariannya. Faktor sosial adalah segala bentuk hubungan baik kekeluargaan, pertemanan, perspektif pekerjaan, dan juga hubungan dalam masyarakat. Menurut Hudani (2020) pengaruh faktor sosial dapat diperhatikan dari seberapa dekat hubungan antar keluarga dan juga pertemanan yang akan mempengaruhi tindakan seseorang, semakin dekat hubungan tersebut maka pengaruh yang akan ditimbulkan juga semakin besar.

Dalam konteks hutang-piutang *online* ini, pengaruh faktor sosial akan sangat kuat karena biasanya individu akan mudah terpengaruh oleh orang lain. Pengaruh tersebut dapat berasal dari pengalaman keluarga atau temannya setelah menggunakan aplikasi *paylater*. Dalam kaitannya dorongan dari lingkungan sosial

dengan berhutang pada *platform paylater*, sebelumnya sudah pernah dilakukan oleh Herispon (2018) yang menyatakan bahwa keputusan untuk berhutang dipengaruhi oleh lingkungan dimana seseorang itu tinggal. Alasan seseorang memutuskan untuk berhutang pada platform *online* maupun *offline* adalah karena untuk mengikuti gaya hidup dan juga kelas sosial. Alasan selanjutnya adalah karena bertambahnya jumlah anggota keluarga yang mengakibatkan bertambah pula pengeluaran dalam sehari-harinya.

H6: Hutang memperkuat hubungan antara faktor sosial masyarakat terhadap loyalitas menggunakan aplikasi Akulaku *Paylater*.

2.12 Kerangka Pemikiran



BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi didefinisikan dengan arti totalitas dari semua bagian yang digunakan untuk penelitian yang mempunyai persamaan ciri dapat berupa individu dari sebuah kelompok, sesuatu yang akan diteliti, dan peristiwa (Handayani,2020). Populasi yang dipilih untuk penelitian ini yaitu masyarakat kota Yogyakarta yang mengetahui dan telah berkontribusi sebagai pengguna fitur Akulaku *Paylater*. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah masyarakat di Kota Yogyakarta. Alasan penulis memilih masyarakat di Kota Yogyakarta sebagai populasi dalam penelitian ini dikarenakan Kota Yogyakarta sudah banyak dikenal sebagai kota pelajar yang sudah pasti penduduk di Yogyakarta adalah heterogen dari berbagai kalangan, dan juga dalam masa kini mayoritas masyarakat berlomba dalam persaingan gaya hidup untuk memenuhi kebutuhannya walaupun dalam keterbatasan keuangan, hal tersebut tentunya seseorang akan *familiar* dengan yang namanya fitur *paylater*.

Purposive sampling adalah jenis sampel yang digunakan. Di mana pengambilan sampel dilakukan secara terstruktur dan juga ditargetkan pada sampel yang memiliki kriteria yang sudah ditentukan. Pada penelitian ini kriteria dalam pemilihan sampel yang digunakan adalah:

1. Masyarakat yang bergama islam dan tinggal di Kota Yogyakarta.

2. Responden merupakan masyarakat yang sudah pernah menggunakan *Akulaku Paylater*
3. Responden memahami arti dari *paylater* dan pinjaman online

Dalam penelitian ini, banyaknya jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus yaitu rumus Slovin. Berikut merupakan rumus Slovin:

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = *standart error* (5%)

Berdasarkan rumus Slovin diatas, maka perhitungan untuk jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{455\,535}{1 + 455\,535(0,05)^2}$$

$$n = \frac{455\,535}{1,139,837} = 400$$

Dengan menggunakan perhitungan dari rumus Slovin maka didapatkan bahwa jumlah sampel atau responden untuk penelitian ini adalah sebanyak 400 responden, Namun atas pertimbangan dan juga keterbatasan waktu yang dimiliki oleh peneliti maka ditentukan bahwa sampel yang akan digunakan adalah 129 responden.

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data penelitian ini didapatkan dari data primer. Data primer didapatkan dari hasil kuisisioner yang telah disebarakan secara daring dan diisi oleh reponden melalui *google form* dengan mempertimbangkan waktu agar lebih efisien. Kuisisioner tersebut terdapat skala penilaian dengan bentuk *linkert scale* dengan poin

1 (Sangat Tidak Setuju) hingga poin 5 (Sangat Setuju) yang digunakan sebagai ukuran sesuai dengan persepsi, pendapat atau sikap seseorang dalam memberikan rentang nilai. Data sekunder diperoleh dari berbagai website, ayat al quran dan hadist serta referensi jurnal.

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Variabel Dependen (Y)

3.3.3.1 Loyalitas Pengguna Akulaku Paylater

Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan yaitu Akulaku *Paylater*. Loyalitas konsumen adalah kebiasaan pelanggan atau pengguna dalam membeli barang atau menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan atau brand dengan presentase kesesuaian yang tinggi. Loyalitas *customer* merupakan kunci keberhasilan untuk bersaing dalam waktu jangka panjang. Akulaku *Paylater* merupakan fitur yang menyediakan layanan kredit secara digital dengan lebih fleksibel tanpa menggunakan kartu kredit yang memiliki metode pembayaran “Beli Sekarang, Bayar Nanti.” Banyak keunggulan Akulaku *Paylater* sendiri mulai dari menawarkan pinjaman online dengan syarat yang mudah yaitu cukup dengan menggunakan KTP hingga kemudahan dalam menggunakan aplikasi karena *interface* yang ditawarkan mudah dipahami oleh masyarakat diberbagai kalangan. Akulaku *Paylater* juga sudah diawasi OJK dan sudah banyak kerjasama dengan beberapa merchant yang membuat konsumen dapat menggunakan Akulaku *Paylater* dibanyak tempat untuk berbelanja. Saat ini masyarakat tidak perlu memikirkan untuk pembayaran saat berbelanja dikarenakan fitur *paylater* dalam

aplikasi Akulaku ini menyediakan pinjaman online dengan bunga 3% per bulan sesuai yang telah dijelaskan dalam situs Akulaku.

Variabel loyalitas pengguna Akulaku *Paylater* yang terdiri 6 pertanyaan dan dimodifikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan Nisa (2014) dengan rentang nilai 1 sampai 5 menggunakan *linkert scale*. Poin 1 memiliki kategori sangat tidak setuju, poin 2 memiliki kategori tidak setuju, poin 3 memiliki kategori kurang setuju, 4 memiliki kategori setuju, dan poin 5 memiliki kategori sangat setuju.

Pertanyaan dalam kuisioner yang diajukan kepada responden terkait loyalitas Akulaku *Paylater* yaitu:

1. Saya lebih memilih menggunakan *platform* Akulaku *Paylater* dibandingkan dengan *platform* yang lain
2. Saya akan terus menggunakan *platform* Akulaku *Paylater* untuk berbelanja
3. Saya menggunakan *platform* Akulaku *Paylater* sudah lebih dari satu kali
4. Saya memberikan atau membagikan pengalaman yang saya alami dalam menggunakan *platform* Akulaku *Paylater* kepada orang lain
5. Saya menjadikan *platform* Akulaku *Paylater* sebagai *platform* pinjaman online favorit saya
6. Saya tidak akan beralih ke *platform* yang menyediakan fitur *paylater* yang lain selain Akulaku *paylater*.

3.3.2 Variabel Independen (X)

3.3.2.1 Religiusitas

Religiusitas digunakan sebagai variabel independen dalam penelitian ini. Religiusitas secara umum dapat diartikan suatu keyakinan yang dimiliki oleh individu dalam bertingkah laku sesuai dengan ajaran agama. Menurut Mahmudi & Supriyadi (2019) Religiusitas merupakan acuan atau landasan yang yang digunakan seseorang untuk dijadikan pedoman dalam menjalankan tindakan, perilaku ataupun

bersikap secara benar sesuai ajaran agama yang dianut dengan tujuan untuk mendapatkan kebahagiaan dunia ataupun akhirat. Pengambilan keputusan dalam bertingkah laku baik penggunaan produk atau jasa menjadi hal yang harus diperhatikan. Agama menjadi faktor yang digunakan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan tersebut. Tingkat pemahaman agama dapat mempertimbangkan baik buruknya tingkah laku yang akan dilakukan dengan memikirkan haram atau tidaknya seperti penggunaan *Akulaku Paylater*. Maka religiusitas harus diperhatikan dengan baik oleh setiap individu agar di kehidupannya dalam pengambilan keputusan sesuai dengan ajaran yang benar dan terhindar dari semua larangan-Nya.

Variabel Religiusitas terdiri atas 6 pertanyaan dan dimodifikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan Mahmudi & Supriyadi (2019) mencakup keyakinan dan keagamaan dengan rentang nilai 1 sampai 5 menggunakan skala linkert. Poin 1 memiliki kategori sangat tidak setuju, poin 2 memiliki kategori tidak setuju, poin 3 memiliki kategori kurang setuju, 4 memiliki kategori setuju, dan poin 5 memiliki kategori sangat setuju. Pertanyaan dalam kuisisioner yang diajukan kepada responden terkait religiusitas yaitu:

1. Saya selalu berdoa sebelum mengawali kegiatan
2. Saya selalu melaksanakan solat secara tepat waktu
3. Saya melaksanakan puasa tanpa paksaan
4. Saya mempunyai jam belajar Al-Quran setiap minggu
5. Saya mencari kelegaan dari Allah ketika sedang cemas atau sedih
6. Saya menasihati orang lain untuk berbuat baik dan menghindari dosa

3.3.2.2 Pengetahuan Riba

Variabel independen kedua penelitian ini yaitu pengetahuan riba. Riba berasal dari bahasa arab yaitu *Ziyadah* yang artinya kelebihan atau tambahan. Riba merupakan bentuk tambahan dana dari hasil pinjaman yang disepakati kedua pihak. Dalam agama islam riba dilarang karena mengandung unsur haram didalamnya. Allah memperbolehkan jual beli tetapi mengharamkan riba, dikarenakan riba memberatkan salah satu pihak dimana muncul adanya dana lebih dari jumlah pinjaman yang harus dibayarkan oleh pihak yang meminjam. Maka dari itu dalam kegiatan usaha ataupun transaksi jual beli sangat perlu diterapkan prinsip kehati-hatian agar sesuai dengan syariat islam.

Variabel Pengetahuan Riba terdiri atas 6 pertanyaan dan dimodifikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan Srihardina (2018) dan Irawati (2018) tentang pengetahuan hukum riba dengan rentang nilai 1 sampai 5 menggunakan skala linkert. Poin 1 memiliki kategori sangat tidak setuju, poin 2 memiliki kategori tidak setuju, poin 3 memiliki kategori kurang setuju, 4 memiliki kategori setuju, dan poin 5 memiliki kategori sangat setuju. Pertanyaan dalam kuisisioner yang diajukan kepada responden terkait pengetahuan riba yaitu:

1. Saya sudah belajar dan mengetahui macam macam riba
2. Saya mengetahui bahwa segala sesuatu yang berhubungan dengan riba itu haram

3. Saya telah memahami tentang hukum dari praktik hutang berbunga dalam syariat islam
4. Saya mengetahui bahwa bunga pinjaman termasuk dalam hal yang dilarang oleh Allah SWT
5. Saya mengetahui bahwa riba merupakan bentuk ketidakadilan
6. Saya mengetahui bahwa kelebihan yang didapat dari pokok pinjaman adalah riba

3.3.2.3 Faktor Sosial

Variabel independen ketiga dalam penelitian ini adalah faktor sosial. Menurut Kotler & Keller (2014) faktor sosial merupakan pengaruh seseorang atau sekelompok orang untuk mempengaruhi individu agar dapat mengikuti kebiasaannya. Faktor sosial lahir dari adanya interaksi sosial di lingkungan dimana berada mencakup teman sebaya, keluarga, rekan kerja dan media sosial. Hal tersebut menstimulasi seorang konsumen terhadap pengambilan keputusan dalam penggunaan Akulaku Paylater.

Variabel faktor sosial terdiri atas 6 pertanyaan dengan rentang nilai 1 sampai 5 menggunakan *linkert scale*. Poin 1 memiliki kategori sangat tidak setuju, poin 2 memiliki kategori tidak setuju, poin 3 memiliki kategori kurang setuju, 4 memiliki kategori setuju, dan poin 5 memiliki kategori sangat setuju. Pertanyaan dalam kuisisioner yang diajukan kepada responden terkait faktor sosial yaitu:

1. Saya tertarik untuk menggunakan *platform* Akulaku Paylater karena melihat tawaran iklan

2. Saya tertarik menggunakan *platform* Akulaku *Paylater* karena mendengar cerita atau pengalaman orang yang berada di sekitar saya
3. Anggota keluarga saya memperbolehkan saya untuk melakukan pinjaman online pada *platform* Akulaku.
4. Saya menggunakan *platform* Akulaku *Paylater* karena melihat dari ulasan pengguna sebelumnya
5. Saya tertarik menggunakan *platform* Akulaku *Paylater* karena sudah banyak yang menggunakannya
6. Saya mengikuti gaya konsumtif di lingkungan sekitar, sehingga membuat saya terpaksa melakukan pinjaman online pada aplikasi Akulaku untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup.

3.3.3 Variabel Moderasi

3.3.3.1 Hutang

Dalam penelitian ini hutang merupakan variabel moderasi. Hutang merupakan harta yang diberikan kepada pihak peminjam yang akan diminta kembali di kemudian hari dengan nominal pinjaman yang sama tanpa mengharap imbalan. Menurut Aziz & Ramdanyah (2016) menjelaskan bahwa hutang dalam bahasa arab *dayn* adalah segala sesuatu yang harus dibayarkan, dilunasi atau diselesaikan. Dalam syariat agama islam hutang diperbolehkan, namun jika menimbulkan hal yang merugikan diantara salah satu pihak maka tidak diperbolehkan. Berdasarkan agama islam hutang ditekankan bahwa mempunyai sifat yang darurat. Seseorang boleh berhutang jika memiliki keadaan yang tidak tercukupi dan sangat perlu untuk digunakan, karena hutang sangat riskan untuk

disalahgunakan. Pemakaian fitur *Paylater* dapat dikatakan sebagai utang piutang, karena perusahaan yang akan memberikan pinjaman atau talangan bagi konsumen dalam berbelanja terlebih dahulu dan kemudian diberikan tenggat waktu yang telah ditetapkan untuk membayarnya. Hal tersebut sama halnya dengan konsumen memiliki hutang terhadap perusahaan sebelum konsumen melunasi.

Variabel hutang terdiri atas 6 pertanyaan dan dimodifikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan Ratnasari (2019) dan Muas (2021) dengan rentang nilai 1 sampai 5 menggunakan skala linkert. Terdapat 2 model pertanyaan yang menggunakan skala linkert modifikasi. Pertanyaan pertama : Poin 1 memiliki kategori sangat tidak setuju, poin 2 memiliki kategori tidak setuju, poin 3 memiliki kategori kurang setuju, 4 memiliki kategori setuju, dan poin 5 memiliki kategori sangat setuju. Pertanyaan kedua : Poin 1 tidak pernah, poin 2 memiliki kategori jarang, poin 3 memiliki kategori kadang-kadang , poin 4 memiliki kategori sering, poin 5 memiliki kategori selalu. Pertanyaan dalam kuisisioner yang diajukan kepada responden terkait hutang yaitu:

Pertanyaan 1

1. Saya tergolong individu yang memiliki jumlah hutang yang selalu bertambah
2. Saya merasa penghasilan kurang, sehingga saya berhutang untuk mencukupi
3. Saya berhutang karena cara terbaik untuk menyelesaikan masalah keuangan

Pertanyaan 2

1. Saya menggunakan jasa pinjaman online untuk memenuhi kebutuhan.
2. Jika saya sedang mengalami kesusahan ekonomi, saya lebih memilih berhutang.
3. Saya memahami resiko yang akan saya hadapi ketika melakukan hutang

3.4 Metode Analisis

3.4.1 Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Penelitian ini dilakukan dengan aplikasi analisis regresi variabel Moderated Regression Analysis (MRA) dalam menguji hipotesis. Menurut Ghozali (2018) Uji MRA merupakan uji regresi linear berganda yang didalamnya terkandung variabel moderasi atau unsur interaksi. Uji MRA bertujuan untuk memantau atau mengendalikan pengaruh variabel moderasi dengan cara pendekatan analitik yang menjaga integritas terhadap sample penelitian. Cara untuk uji MRA didapatkan dari perkalian dua variabel independen atau lebih.

3.4.1.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda difungsikan sebagai parameter dalam melihat pengaruh yang terjadi variabel bebas dan variabel terikat. Analisis Regresi Berganda merupakan model regresi dimana menyangkut variabel lepas yang lebih dari satu. Menurut Ghozali (2018) tujuan dari dilakukanya analisis regresi berganda yaitu untuk melihat pengaruhnya antara hubungan variabel independen dengan

variabel dependen. Uji regresi linear berganda penelitian ini untuk memperkirakan nilai variabel terikat (Y) jika nilai variabel bebas (X) diketahui. Pada penelitian ini regresi linear berganda digunakan sebagai uji besarnya pengaruh religiusitas (X1), pengetahuan riba (X2), faktor sosial (X3), hutang (X4) pada Akulaku *Paylater* (Y). Persamaan dari analisis regresi tersebut yaitu sebagai berikut:

$$Y_1A_p = \alpha + \beta_1Rel + \beta_2Riba + \beta_3Sosial + \beta_4Hutang + \beta_5Rel \times hutang + \beta_6Riba \times hutang + \beta_7Sosial \times hutang + e$$

Keterangan:

Y	= Akulaku <i>Paylater</i>
A	= konstanta
X1	= Religiusitas
X2	= Pengetahuan Riba
X3	= Faktor Sosial
X4	= Hutang
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7$	= Koefisien regresi
e	= Standar error

3.5 Uji Kualitas Data

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas data merupakan sebuah proses untuk menguji kerelevanan sebuah alat untuk mengukur sesuatu yang seharusnya dapat diukur. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kevalidan alat ukur berupa pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuisisioner (Janna, 2021). Dalam kuisisioner berisi beberapa pertanyaan yang digunakan dalam sebagai alat ukur penelitian. Kevalidan yang didapat dari kuisisioner yaitu jika jawaban dari pertanyaan yang terdapat di kuisisioner

sudah menguraikan atau mengungkapkan hasil yang diukur sesuai dengan kuisioner tersebut.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2017) menjelaskan bahwa pengujian reliabilitas berfungsi sebagai alat ukur untuk mengetahui konsistensi pada kuisioner, alat ukur yang dimaksud adalah untuk memperoleh perhitungan yang tetap stabil jika terjadi pengulangan. Jika alat ukur konsisten dan stabil dalam menciptakan hasil temuan yang sama selama digunakan dan tidak terdapat jawaban yang acak, maka dapat dikatakan andal (*reliable*). Menurut Ghozali (2018) dalam penelitian dinyatakan andal (*reliable*) apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Namun, jika nilai dari *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka dinyatakan tidak andal.

3.6 Uji Asumsi Klasik

3.6.1 Uji Normalitas

Menurut penjelasan dari Ghozali (2018) pengujian normalitas difungsikan untuk mengetahui apakah dalam model regresi atau hubungan dari variabel bebas, variabel terikat, ataupun keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas menggunakan *Kolmogrov* yang memiliki standar koefisien 0,05 dengan standar p-value (*signification value*) $> 0,05$ maka dapat disimpulkan data tersebut terdistribusi secara normal. Begitupula sebaliknya jika *signification value* $< 0,05$ maka disimpulkan terdistribusi secara tidak normal.

3.6.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terjadinya korelasi antara variabel bebas. Model pengujian ini dapat disimpulkan

baik apabila tidak terjadi hubungan antar variabel bebas. Menurut Ghozali (2018) standar pengujian ini dilihat dari *value Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria $VIF < 10$ dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas. Sebaliknya jika nilai $VIF > 10$, maka dinyatakan bahwa terdapat multikolinearitas.

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas perlu dilakukan untuk melihat model regresi pada perbedaan pengamatan dari varians residual antara yang satu dengan pengamatan lain (Ghozali, 2018). Tanpa dilakukannya uji heteroskedastisitas maka varians residual tidak bisa terdistribusi secara menyeluruh di dalam pengamatan. Maka dari itu, jika varians residual tetap sama maka dapat disimpulkan terjadinya homoskedastisitas, sebaliknya jika nilai varians residual suatu pengamatan berbeda maka dapat disimpulkan heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas data digunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk uji korelasi dan normalitas 1 sampel. Jika distribusi tidak menggambarkan heteroskedastisitas nilai t hitung $< t$ tabel dan *signification value* $< 0,05$.

3.7 Alat Uji Statistik

3.7.1 Uji Statistik t (Parsial)

Menurut Sugiyono (2014) Pengujian bentuk t difungsikan untuk menguji hipotesis antara dua atau lebih variabel yang dapat dikontrol. Hipotesis dapat dinyatakan diterima jika *signification value* $< 0,05$ dan arah koefisien regresi sama dengan hipotesis. Tujuan dilakukan uji statistik t untuk mendeteksi pengaruh signifikan dari kedua variabel menggunakan *two tailed* atau tes dua arah. Berikut ini hipotesis yang diuji:

1. $H_0 = b_1 = 0$ dapat ditarik kesimpulan tidak terjadi pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat
2. $H_0 = b_1 \neq 0$ dapat ditarik kesimpulan terjadi pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Dalam penujian t (parsial) membutuhkan t hitung dan t tabel menggunakan standar kepercayaan 95% dan nilai signifikansi 5% (0,05). Dalam penelitian ini, uji t memiliki standar yang sudah ditetapkan yaitu :

1. H_0 dapat dinyatakan didukung dan H_a dinyatakan tidak didukung apabila t hitung $< t$ tabel yang artinya variabel bebas tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. H_0 dinyatakan tidak didukung dan H_a didukung jika t hitung $> t$ tabel artinya variabel bebas memberikan dampak signifikan terhadap variabel terikat.

3.7.2 Uji Statistik f (Simultan)

Uji f memiliki tujuan untuk melihat apakah variabel lepas akan mempengaruhi secara simultan bersamaan atau tidak dengan variabel terikat. Standar dalam uji f yang digunakan adalah 0,05 atau 5%, apabila *significant value* $F < 0,05$ dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas simultan memberikan pengaruh terhadap variabel terikat begitupula sebaliknya (Ghozali,2018).

3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari pengujian koefisien determinasi yaitu untuk mengukur kapasitas kekuatan sebuah model regresi dalam menguraikan seberapa kuat pengaruh variabel lepas secara simultan terhadap variabel terikat dengan tanda

adjusted value R - *Squared* (R^2) (Ghozali, 2018). Uji koefisien determinasi untuk membuktikan dan memperkirakan besar kecil atau pentingnya kontribusi dari pengaruh variabel lepas secara simultan terhadap variabel terikat. Standar nilai dari uji koefisien determinasi antara nilai 0 sampai 1, dengan artian apabila nilai mengarah ke angka 1, disimpulkan variabel bebas nyaris memberikan informasi relevan yang diperlukan untuk mengasumsikan variabel terikat.

3.7.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis atau jawaban sementara adalah ukuran sebuah populasi dan bentuk parameter yang kemudian untuk dikembangkan agar dapat mencapai *goals* yang diharapkan atas pengujian. Munculnya hipotesis disebabkan karena banyaknya populasi sehingga membuat tidak mungkin untuk melakukan observasi terhadap seluruh populasi yang ada. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis berfungsi untuk mengetahui apakah variabel lepaas dan moderasi memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk melakukan uji hipotesis maka diperlukan uji parsial (Widarjono, 2018). Menurut Ghozali (2018) Standar pengambilan keputusan adalah apabila *signification rate* lebih dari 5% dapat diambil kesimpulan bahwa, H_0 dinyatakan diterima dan H_a dinyatakan ditolak ataupun kebalikannya.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Sampel Penelitian

Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat yang berada di kota Yogyakarta. Data diperoleh dari metode survei dengan melakukan penyebaran kuisisioner secara *online* menggunakan *google form*. Data yang digunakan dalam sampel penelitian ini berjumlah 129 responden. Jumlah responden sebanyak 129 tersebut dianggap sudah cukup dan dapat diolah untuk dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Data yang telah dikembalikan atau diisi oleh responden akan digunakan dalam menganalisis dan menjawab atas hipotesis dalam penelitian ini. Hasil hipotesis diterima atau ditolak yang telah diajukan akan ditentukan sesuai informasi yang sudah diolah dan akan memperoleh hasil temuan penelitian.

4.2 Karakteristik Responden

Para responden diklasifikasikan dari sejumlah karakteristik, meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, dan penggunaan Akulaku *paylater* dalam satu bulan. Berikut ini merupakan tabel rangkuman secara rinci terkait karakteristik responden:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	70	54,3%
2	Perempuan	59	45,7%
	Total	129	100%

Dari tabel 4.1 dapat dilihat hasil kuisisioner yang telah disebarkan berdasarkan klasifikasi jenis kelamin mayoritas laki-laki dengan total keseluruhan 70 orang atau 54,3%. Kemudian lainnya merupakan perempuan dengan jumlah 59 orang atau 45,7%.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	18-23 thn	40	31%
2	24-28 thn	46	35,7%
3	29-33 thn	24	18,6%
4	>35 thn	19	14,7%
	Total	129	100%

Sumber: Data primer, diolah (2022)

Mengutip tabel 4.2 bisa dilihat hasil kuisisioner yang telah dibagikan, berdasarkan klasifikasi usia responden berusia 18-23 tahun sebanyak 40 orang atau 31%, responden berusia 24-28 tahun sebanyak 46 orang atau 35,7%, responden berusia 29-33 tahun sebanyak 24 orang atau 18,6%, dan usia >35 tahun sebanyak 19 orang atau 14,7%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa usia responden dalam penelitian ini mayoritas antara 24-28 tahun yaitu sebanyak 46 orang atau 35,7%.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Terakhir

No	Jenjang	Jumlah	Persentase
1	SD	0	0%
2	SMP	0	0%
3	SMA	36	27,9%
4	Diploma	31	24%
5	S1	62	48,1%
6	S2	0	0%
7	S3	0	0%
	Total	129	100%

Sumber: Data primer, diolah (2022)

Dari tabel 4.3 dapat dilihat hasil kuisisioner yang telah disebarkan berdasarkan klasifikasi tingkat pendidikan terakhir mayoritas adalah S1 sebanyak 62 orang atau 48,1%. Kemudian sisanya adalah berpendidikan terakhir SMA sebanyak 36 orang atau 27,9% dan Diploma sebanyak 31 orang atau 24%. Untuk responden tingkat pendidikan terakhir tingkat SD, SMP, S2, dan S3 yaitu sebesar 0%.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pekerja	81	62,8%
2	Pelajar	2	1,6%
3	Mahasiswa/i	35	27,1%
4	IRT	8	6,2%
5	Lain-Lain	3	2,3%
	Total	129	100%

Sumber: Data primer, diolah (2022)

Dari tabel 4.4 dapat dilihat hasil kuisisioner yang telah disebarkan berdasarkan klasifikasi pekerjaan didominasi oleh pekerja yaitu sebanyak 81 orang atau 62,8%. Selain itu pekerjaan sebagai mahasiswa/mahasiswi sebanyak 35 orang atau 27,1%, pekerjaan sebagai ibu rumah tangga dengan jumlah 8 orang atau 6,2 % dan sisanya lain-lain sebanyak 3 orang atau 2,3%.

Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Menggunakan Akulaku

No	Intensitas	Jumlah	Presentase
1	<2 kali	39	30,23%
2	2-4 kali	59	45,74%
3	5-7 kali	27	20,93%
4	>7 kali	4	3,10%
		129	100%

Sumber: Data primer, diolah (2022)

Dari tabel 4.5 dapat diketahui hasil penyebaran kuisioner berdasarkan klasifikasi penggunaan *platform Akulaku Paylater* dalam satu bulan didominasi antara 2-4 kali dengan responden sebanyak 59 orang atau 45,74%. Selain itu sisanya penggunaan <2 kali sebanyak 39 orang atau 30,23%, 5-7 kali sebanyak 27 orang atau 20,93% dan penggunaan >7 kali yaitu sebanyak 4 orang atau 3,10%

4.3 Uji Instrumen

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat yang dapat dijadikan sebagai parameter untuk melihat kemampuan dalam melakukan pengukuran apa yang akan diukur peneliti atau tidak terkait pertanyaan yang ada dalam kuisioner. Pertanyaan yang terdapat dalam kuisioner jika mampu mengukur variabel yang dipakai dalam penelitian, maka uji validitas dapat dikatakan sebagai alat yang berguna. Jumlah keseluruhan sampel pada penelitian ini digunakan sebanyak 129 responden, dilakukan pemilihan secara acak dari populasi. Pengolahan data tersebut dilakukan dengan menggunakan SPSS 25. Dalam pengujian validitas perlu adanya r tabel dan r hitung untuk perhitungannya. Untuk rumus r tabel yaitu sebagai berikut:

$$Df = N - 2$$

$$\text{Hasil Df} = 129 - 2 = 127 = 127$$

Hasil r table dari 127 yaitu sebesar 0,1729. Jika r hitung > r tabel maka data yang digunakan dinyatakan valid, apabila jika r hitung < r tabel maka disimpulkan bahwa data tersebut dinyatakan tidak valid. Berikut ini hasil dari uji validitas:

Tabel 4.6 Uji Validitas Religiusitas

Instrumen	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
X1.1	0,784	0,1729	Valid
X1.2	0,814	0,1729	Valid

X1.3	0,860	0,1729	Valid
X1.4	0,754	0,1729	Valid
X1.5	0,793	0,1729	Valid
X1.6	0,800	0,1729	Valid

Mengutip tabel 4.6 ,dapat diperoleh kesimpulan pertanyaan terkait variabel religiusitas hasilnya adalah valid. Pernyataan itu dibuktikan bahwa semua nilai dari r hitung $>$ r tabel (0,1729).

Tabel 4.7 Uji Validitas Pengetahuan Riba

Instrumen	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.1	0,801	0,1729	Valid
X2.2	0,805	0,1729	Valid
X2.3	0,844	0,1729	Valid
X2.4	0,825	0,1729	Valid
X2.5	0,836	0,1729	Valid
X2.6	0,802	0,1729	Valid

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat disimpulkan hasil uji validitas dari semua pertanyaan variabel lepas pengetahuan riba dikatakan valid. Hal tersebut dibuktikan bahwa keseluruhan hasil r hitung $>$ r tabel (0,1729).

Tabel 4.8 Uji Validitas Faktor Sosial

Instrumen	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X3.1	0,625	0,1729	Valid
X3.2	0,773	0,1729	Valid
X3.3	0,352	0,1729	Valid
X3.4	0,662	0,1729	Valid
X3.5	0,523	0,1729	Valid
X3.6	0,679	0,1729	Valid

Berdasarkan tabel 4.8, dapat dituliskan semua pertanyaan variabel faktor sosial dinyatakan valid. Hal tersebut dibuktikan bahwa keseluruhan nilai r hitung $>$ r tabel (0,1729).

Tabel 4.9 Uji Validitas Hutang

Instrumen	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X4.1	0,821	0,1729	Valid
X4.2	0,791	0,1729	Valid
X4.3	0,751	0,1729	Valid
X4.4	0,785	0,1729	Valid
X4.5	0,778	0,1729	Valid
X4.6	0,758	0,1729	Valid

Menurut tabel 4.9 di atas dapat diambil kesimpulan bahwa semua instrumen pertanyaan variabel hutang dinyatakan valid. Hal tersebut diperkuat dengan semua nilai r hitung $>$ r tabel (0,1729).

Tabel 4.10 Uji Validitas Loyalitas Akulaku

Instrumen	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y1.1	0,856	0,1729	Valid
Y1.2	0,830	0,1729	Valid
Y1.3	0,840	0,1729	Valid
Y1.4	0,799	0,1729	Valid
Y1.5	0,843	0,1729	Valid
Y1.6	0,683	0,1729	Valid

Mengutip informasi tabel 4.10, dapat ditekan bahwa semua pertanyaan terkait loyalitas Akulaku *paylater* dinyatakan valid. Hal tersebut dibuktikan bahwa semua nilai r hitung $>$ r tabel (0,1729).

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas berfungsi sebagai alat guna melihat instrumen kuisioner reliabel atau tidak dari hasil data yang bervariasi. Hal tersebut dapat dibuktikan jika skor *Cronbach's Alpha* $>$ r tabel dinyatakan bersifat *reliable* atau bisa diandalkan.

Sebaliknya apabila nilai *Cronbach's Alpha* < r tabel adalah sebaliknya. Dibawah ini merupakan tabel hasil dari pengujian reliabilitas terhadap variabel religiusitas, pengetahuan riba, faktor sosial, hutang, dan loyalitas Akulaku *Paylater*.

Tabel 4.11 Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's α</i>	Nilai Kritis	Jumlah Item	Hasil
Religiuitas	0,888	0,60	6	Andal
Pengetahuan Riba	0,901	0,60	6	Andal
Faktor Sosial	0,663	0,60	6	Andal
Hutang	0,871	0,60	6	Andal
Loyalitas Akulaku Paylater	0,893	0,60	6	Andal

Sumber: Data primer, diolah (2022)

Mengacu tabel 4.11, diperoleh informasi mengenai variabel Religiusitas, Pengetahuan Riba, Faktor Sosial, Hutang, dan Loyalitas Akulaku *Paylater* dinyatakan *reliable* atau dapat diandalkan sebagai alat ukur. Hal tersebut dapat diperkuat dengan seluruh nilai *Cronbach's alpha* yang telah sesuai dengan kriteria yaitu < r tabel (0,60).

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan mengidentifikasi terkait terjangkit atau tidaknya korelasi variabel bebas atau independen pada model regresi terkait. Untuk dapat mengetahui antara variabel independen satu yang dapat memberikan penjelasan variabel independen lain, maka digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai toleran untuk mengukurnya. Data yang tidak terjangkit multikolinearitas jika *value* VIF < 10 dan untuk nilai toleransi diantara salah satu variabel independen > 0,1. Dibawah ini merupakan tabel hasil atas tes multikolinearitas:

Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas

Model		Koefisien Unstandardized		Koefisien Standardized	T	Sig.	Statistik kolinieritas	
		beta	Standar eror	Beta			toleransi	VIF
1	Konstanta	1,277	1,259		1,014	,313		
	Religiutas	,468	,065	,492	7,254	,000	,129	7,738
	Riba	,209	,061	,213	3,423	,001	,153	6,533
	Faktor sosial	,027	,053	,014	,509	,611	,750	1,333
	Hutang	,272	,053	,285	5,168	,000	,196	5,107

a. Dependent Variable: *Loyalitas Akulaku Paylater*

Sumber: Data primer, diolah (2022)

Bersumber dari informasi tabel 4.12, didapatkan informasi hasil dari nilai toleransi secara keseluruhan dari variabel $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Maka dari itu, bisa ditegaskan bahwa variabel lepas tidak terjadi adanya multikolinieritas.

4.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas berfungsi guna mengetahui apakah muncul perbedaan dalam residual pengamatan. Uji *Glejser* digunakan melalui program SPSS untuk pengujian heteroskedastisitas. Dalam pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser* yang digunakan adalah nilai residual atas regresi keempat variabel, kemudian ditransform kedalam bentuk nilai *absolute*. Dibawah ini dilampirkan tabel hasil dari pengujian heteroskedastisitas:

Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas

Model		Koefisien Unstandardized		Koefisien Standardized	t	Sig.
		beta	Standar eror	Beta		
1	konstanta	2,654	,818		3,244	,002

Religiutas	-,032	,042	-,185	-,756	,451
Riba	,017	,040	,094	,418	,676
Faktor sosial	-,062	,035	-,182	-1,798	,075
Hutang	,013	,034	,076	,381	,704

Dari hasil tabel 4.13, diketahui jika hasil keseluruhan variabel lepas mempunyai signifikansi $value > 0,05$ yang dapat diberi pernyataan di dalam model regresi ini tidak muncul adanya heteroskedastisitas.

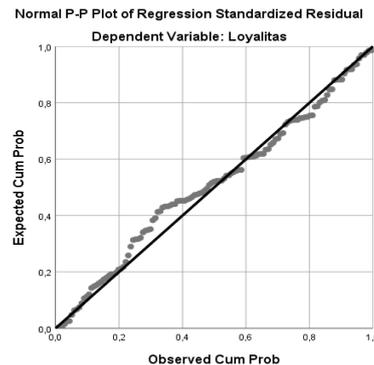
4.4.3 Uji Normalitas

Tujuan dari pengujian Normalitas tidak lain adalah untuk mencari tahu apakah variabel residual terdistribusi normal atau tidak. Untuk melihat data pada penelitian ini apakah berdistribusi secara normal menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*. Jika data menghasilkan terdistribusi normal dapat ditunjukkan dengan persebaran data yang dan angka *signification probability* yang memiliki nilai lebih tinggi 0,05. Berikut merupakan dari hasil tes normalitas:

**Tabel 4.14 Uji Normalitas
Kolmogrov Smirnov**

		Unstandardized Residual
Jumlah item		129
Parameter normal	Rata-rata	,0000000
	Standar deviasi	1,29245064
Most Extreme Differences	Absolut	,094
	Positif	,055
	Negatif	-,094
Statistik tes		,094
Exact Sig. (2-tailed)		,191
Point Probability		,000

Berdasarkan tabel 4.14 tes normalitas menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov* diketahui bahwa hasil *Exact.Sig* yaitu sebesar 0,191, dimana nilai tersebut telah sesuai dengan asumsi uji normalitas yaitu nilai *Exact sig* > 0,05 atau dengan kata lain data tersebut dinyatakan terdistribusi secara normal.



Gambar 4.1 Grafik Normal Probability Plot

Dari gambar 4.1, *output* dari tes normalitas menggunakan grafik tersebut menunjukkan bahwa pola dalam grafik tersebut terbentuk normal. Hal tersebut terbukti dengan hasil titik penyebaran yang mengikuti garis diagonal.

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ditugaskan untuk melihat muncul atau tidaknya korelasi yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jenis hubungan yang ada di dalam analisis regresi ada 2 positif dan negatif. Apabila variabel menunjukkan pergerakan ke arah yang sama, maka disebut dengan hubungan positif. Sedangkan hubungan yang negatif, jika kedua variabel bergerak secara lawan arah atau terbalik.

4.5.1 Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) adalah sebuah analisis *regression* yang khusus dimana digunakan sebagai penugujian interaksi yang memiliki model regresi berganda. Persamaan unsur interaksi tersebut jika terdapat dua variabel independen atau lebih.

Tabel 4.15 Moderated Regression Analysis

Model	Koefisien Unstandardized		Koefisien Standardized	t	Sig.	
	Beta	Standar eror	Beta			
1	konstanta	7,850	1,624		4,833	,000
	Religiutas	,979	,249	1,029	3,930	,000
	Riba	,029	,232	,029	,124	,902
	Faktor sosial	-,483	,107	-,254	-4,527	,000
	HutxRelg	-,024	,011	-,984	-2,216	,029
	HutxRib	,004	,010	,177	,432	,666
	HutxFakSos	,027	,005	,911	5,299	,000

a. Variabel terikat: Loyalitas Akulaku *Paylater*

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, hasil olah data dari pengujian *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang telah dilakukan didapatkan informasi bahwa nilai *constant* sebesar 7,850. Hal tersebut dapat diartikan jika secara keseluruhan variabel independen mempunyai nilai sama dengan nol, maka untuk nilai Akulaku *Paylater* yaitu sebesar 7,850.

Dapat diketahui juga dari data di atas bahwa nilai dari koefisien variabel Religiusitas yaitu sebesar 0, 979, yang boleh ditekankan jika nilai dari religiusitas

terjadi kenaikan 1 maka loyalitas penggunaan Akulaku Paylater juga akan naik sebesar 0,979. Dengan menggunakan asumsi apabila nilai religiusitas adalah nol maka nilai koefisien loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater* adalah sebesar 0,0979

Berdasarkan perolehan informasi juga dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan riba mempunyai nilai koefisien sebesar 0,029, dapat diartikan apabila terjadi kenaikan 1 maka loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater* juga naik sebesar 0,029. Dengan asumsi jika nilai pengetahuan riba adalah nol maka loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater* adalah sebesar 0,029.

Berdasarkan hasil MRA, diketahui apabila nilai dari koefisien variabel faktor sosial yaitu sebesar -0,483, maka dapat disimpulkan apabila terjadi kenaikan 1 pada faktor sosial maka loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater* akan menurun sebesar 0,483 menggunakan asumsi apabila nilai faktor sosial adalah nol maka nilai loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater* adalah sebesar 0,483.

Dari hasil olahan data, diperoleh sebuah informasi bahwa variabel religiusitas dimoderasikan hutang memiliki nilai koefisien sebesar -0,024. Dapat diartikan apabila terjadi kenaikan 1 maka variabel religiusitas yang dimoderasikan dengan hutang mengalami penurunan senilai 0,024. Dengan asumsi religiusitas yang dimoderasi hutang adalah 0 maka nilai loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater* adalah sebesar 0,024.

Mengutip analisis MRA, diperoleh informasi koefisien variabel pengetahuan riba yang dimoderasikan hutang yaitu senilai 0,004, dengan artian jika terjadi kenaikan 1 maka variabel pengetahuan dimoderasikan dengan hutang akan turut naik senilai 0,004. Menggunakan asumsi pengetahuan riba yang dimoderasi

hutang adalah nol maka nilai loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater* adalah sebesar 0,004.

Merujuk hasil MRA, juga dapat dilihat jika variabel faktor sosial dimoderasikan dengan hutang memiliki koefisien sebesar 0,027, dengan artian apabila terjadi kenaikan 1 maka variabel faktor sosial yang dimoderasi dengan hutang akan naik senilai 0,027. Berlandaskan asumsi faktor sosial yang dimoderasikan hutang adalah nol maka nilai loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater* adalah sebesar 0,027.

Berdasarkan tabel hasil pengujian MRA (*Moderated Regression Analysis*) di atas dapat disimpulkan sebagai berikut::

Merujuk tabel 4.16 hasil tes MRA di atas dapat, diperoleh informasi bahwa, nilai t hitung dari variabel religiusitas sebesar 3,930 yang > dari t tabel (1.97928) dan juga memiliki sigifikansi < 0,05 yaitu sebesar 0,00. Maka dapat dinyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater*. Oleh karena itu, hipotesis variabel religiusitas terhadap loyalitas Akulaku *Paylater* diterima. Maka dapat diartikan jika religiusitas meningkat maka semakin tinggi juga loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater*.

Selanjutnya, diperoleh t hitung variabel pengetahuan riba sebesar 0,124 yang kurang dari t tabel (1.97928) dengan signifikansi lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,902, artinya hipotesis ditolak yang dapat diartikan bahwa semakin tinggi pengetahuan riba seseorang belum tentu berpengaruh terhadap loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater*.

Berdasarkan data di atas dapat dilihat variabel faktor sosial memiliki nilai t hitung sebesar $-4,527$ yang lebih dari t tabel ($1,97928$) dengan nilai signifikan kurang dari $0,05$ yaitu sebesar $0,00$. Disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang memiliki arti bahwa pengaruh faktor sosial berpengaruh negatif terhadap loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater*. Maka semakin tinggi pengaruh faktor sosial seseorang maka loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater* akan tidak berpengaruh.

Dari tabel di atas dapat diketahui variabel religiusitas yang dimoderasikan hutang memiliki nilai t hitung senilai $-2,216$ yang lebih besar dari t tabel ($1,97928$) dengan nilai signifikansi kurang dari $0,05$ yaitu sebesar $0,029$. Artinya hipotesis diterima yang berarti hutang maka akan memperlemah hubungan religiusitas dengan loyalitas Akulaku *Paylater*. Semakin tingginya hutang maka loyalitas dalam menggunakan dalam menggunakan Akulaku *Paylater* akan semakin rendah, karena kemungkinan besar para pengguna akan berpikir ulang untuk menambah hutang yang mereka miliki saat ini dengan *Paylater*.

Berdasarkan data di atas diperoleh informasi bahwa variabel pengetahuan riba yang dimoderasi dengan variabel hutang menghasilkan nilai t hitung sebesar $0,432$ yang kurang dari t tabel ($1,97928$) dengan signifikansi di atas $0,05$ yaitu senilai $0,666$. Dapat ditekan jika hipotesis ditolak yang berarti pengetahuan riba yang dimoderasikan hutang memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas Akulaku *Paylater*.

Merujuk tabel hasil di atas variabel faktor sosial yang dimoderasikan hutang memiliki nilai t hitung sebesar $5,299$ yang lebih tinggi dari t tabel ($1,97928$) dan signifikansi $0,00 < 0,05$ Kesimpulanya bahwa hipotesis tersebut diterima yang

artinya hutang berpengaruh positif dalam memperkuat antara hubungan faktor sosial dengan loyalitas Akulaku *Paylater*. Apabila seseorang memiliki faktor sosial yang dimoderasikan tingginya hutang maka semakin meningkat juga loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater*.

4.5.2 Uji Statistik F (Simultan)

Tujuan dari uji F Simultan yaitu untuk mencari tahu apakah variabel lepas secara serentak mempengaruhi variabel terikat. Persamaan yang digunakan untuk mencari F tabel yaitu:

$$\begin{aligned} df1 &= K-1 \\ df1 &= 5 - 1 = 4 \\ \text{dan} \\ df2 &= N-K \\ df2 &= 129 - 4 = 125 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas maka untuk nilai F tabel = 4,772. Dibawah ini merupakan tabel hasil tes F simultan

Tabel 4.17 Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	2703,560	6	450,593	283,332	0,000 ^b
Residual	194,021	122	1,590		
Total	2897,581	128			

Mengacu tabel 4.17, dari uji F simultan yang telah dilakukan didapatkan informasi bahwa nilai F yaitu sebesar $283,332 > F \text{ tabel } (4,772)$. Dari data di atas juga diperoleh signifikan yaitu sebesar $0,00 < 0,05$. Hal tersebut dapat disimpulkan dalam model regresi yang berisikan pengujian hubungan antara variabel independen religiusitas, pengetahuan riba, dan faktor sosial yang dimoderasi dengan variabel hutang secara simultan memberikan pengaruh terhadap loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater*

4. 5. 3 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi merupakan alat ukur guna mendeteksi sekuat apa variabel lepas dalam mempengaruhi variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi berada di rentang 0 – 1 dan R² berada dekat dengan angka 0, maka hal tersebut dinyatakan memiliki hasil determinasi rendah, selain itu juga dapat dinyatakan terdapat keterbatasan variabel lepas dalam menjelaskan variabel terikat. Namun jika R² mendekati angka 1, dijelaskan dalam menguraikan variabel dependen, variabel lepas memiliki kemampuan yang cukup besar dan kuat, sehingga akan mendapatkan informasi yang relevan dan juga data yang krusial.

Tabel 4.18 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,966 ^a	0,933	0,930	1,26109

Sumber: Data primer, diolah (2022)

Mengutip dari tabel 4.18 dari hasil analisis koefisien determinasi di atas dilihat dari *Adjusted R^{square}* memiliki nilai 0,930. Dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut menunjukkan pengaruh dari variabel independen terhadap model regresi yaitu sebesar 93%, kemudian sisanya adalah 7 persen dipengaruhi variabel yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Berikut ini merupakan paparan hasil pengujian hipotesa yang yang tercantum pada tabel 4.19:

Tabel 4.19 Uji Hipotesis

Hipotesa	Variabel Independen	Variabel Dependen	B	Sig.	Keterangan
H ₁	Religiusitas	Loyalitas Akulaku Paylater	0,979	0,000	Hipotesis didukung
H ₂	Riba	Loyalitas Akulaku Paylater	0,029	0,902	Hipotesis tidak didukung
H ₃	Faktor Sosial	Loyalitas Akulaku Paylater	-0,483	0,000	Hipotesis didukung
H ₄	Hutang*Relig	Loyalitas Akulaku Paylater	-0,024	0,029	Hipotesis didukung
H ₅	Hutang*Riba	Loyalitas Akulaku Paylater	0,004	0,666	Hipotesis tidak didukung
H ₆	Hutang*FakSos	Loyalitas Akulaku Paylater	0,027	0,000	Hipotesis didukung

Sumber: Data primer, diolah (2022)

4.6 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

Dalam uji hipotesis menggunakan cara perbandingan antara hasil atas hipotesis yang diuji dengan kajian pustaka yang telah dilakukan dalam penelitian terdahulu atau penelitian sebelumnya.

4.6.1 Pengaruh Religiusitas terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater

H₁: Religiusitas berpengaruh positif terhadap loyalitas menggunakan aplikasi Akulaku Paylater

Merujuk tabel 4.19 hasil uji hipotesis dapat dilihat nilai koefisien regresi variabel lepas religiusitas terhadap loyalitas dalam menggunakan Akulaku Paylater yaitu senilai 0,979 dengan signifikansi senilai 0,00. Angka tersebut menunjukkan tingkat signifikansi α sebesar 5% dan p value < 0,05. Menurut angka tersebut,

dinyatakan bahwa variable lepas religiusitas berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas dalam menggunakan Akulaku *Paylater* sehingga pada penelitian ini **hipotesis yang pertama (H_1) dapat didukung.**

Hasil tersebut sama dengan penelitian oleh Wardhani *et al* (2020) memaparkan hasil variabel religiusitas islamiyah mempunyai pengaruh yang signifikan dalam penggunaan *peer to peer lending* syariah. Selain itu hasil yang sama juga telah dilakukan oleh Fadhila *et al.*, (2020) menyebutkan religiusitas secara keseluruhan berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat muslim di Medan dalam menggunakan fitur *Paylater* pada aplikasi Shopee. Menurut penelitian Adika (2021) variabel religiusitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan fitur *Paylater*.

4. 6. 2 Pengaruh Pengetahuan Riba terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater

H₂: Pengetahuan Riba tidak berpengaruh terhadap loyalitas menggunakan aplikasi Akulaku Paylater

Berdasarkan tabel 4.19 tentang hasil pengujian hipotesis yang sudah dipaparkan, diketahui bahwa signifikansi variabel pengetahuan riba senilai $0,902 > 0,05$ dan koefisien $0,029$. Kriteria hipotesis diterima adalah $\text{sig} < 0,05$, maka bisa untuk diberi kesimpulan variable lepas pengetahuan riba tidak berpengaruh terhadap loyalitas penggunaan Akulaku *paylater*. Oleh karena itu, **hipotesis dua (H_2) tidak dapat didukung.**

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa tinggi atau rendahnya pemahaman seseorang tentang riba tidak mempengaruhi kesetiaan mereka dalam

menggunakan fitur *paylater* Akulaku. Hal tersebut dapat dibuktikan dalam penelitian yang sebelumnya sudah dilakukan oleh (Bachtiar & Muchtasib, 2022) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara hubungan pengetahuan riba terhadap loyalitas penggunaan fitur *paylater*, walaupun masyarakat paham tentang konsekuensi yang didapat jika melakukan dosa riba tetapi mereka tetap melakukan hal yang berhubungan dengan riba salah satunya adalah menggunakan fitur *paylater*.

4. 6. 3 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater

H₃: Faktor sosial berpengaruh negatif terhadap loyalitas menggunakan aplikasi Akulaku Paylater

Melihat tabel 4.19 hasil uji hipotesis diketahui koefisien *regression* variabel faktor sosial terhadap loyalitas dalam menggunakan Akulaku *Paylater* yaitu sebesar -0,843 dan signifikansi senilai 0,00. Hasil tersebut menunjukkan tingkat signifikansi α sebesar 5% dan p value < 0,05. Maka dapat diberikan kesimpulan bahwa variabel faktor sosial berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas dalam menggunakan Akulaku *Paylater* sehingga pada penelitian ini hipotesis yang ketiga (**H₃**) **dapat didukung**.

Hasil penelitian sebelumnya yang memperkuat dari penelitian ini dilakukan oleh Pratika (2021) menyatakan bahwa *social influence* tidak signifikan dalam mempengaruhi niat perilaku konsumen dalam menggunakan atau mengadopsi teknologi sistem *Paylater*. Selanjutnya penelitian sebelumnya yang menghasilkan bahwa variabel pengaruh sosial tidak mempengaruhi secara

signifikan dilakukan oleh Adirinekso *et al.*, (2020) menjelaskan temuan penelitiannya bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembayaran menggunakan fitur *Paylater*.

4. 6. 4 Pengaruh Religiusitas terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater dimoderasikan Hutang

H₄: Hutang memperlemah hubungan antara Religiusitas terhadap loyalitas menggunakan Akulaku Paylater

Mengutip informasi tabel 4.19 hasil uji hipotesis diketahui nilai dari koefisien regresi variabel religiusitas terhadap loyalitas dalam menggunakan Akulaku *Paylater* yaitu senilai -0,024 dengan signifikansi senilai 0,029. Angka tersebut menunjukkan tingkat signifikansi α sebesar 5% dan $p <$ dari 0,05. Maka dapat ditegaskan hutang memperlemah hubungan antara religiusitas terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan Akulaku *Paylater* sehingga pada penelitian ini **hipotesis yang keempat (H₄) dapat didukung**.

Hal selaras juga dijelaskan oleh Yunadi (2011) dengan hasil bahwa tinggi rendahnya pemahaman agama yang dimiliki seseorang tidak berpengaruh terhadap kegiatan hutang-piutang berbunga. Penjelasan tersebut selaras dengan pendapat Prastiwi & Fitria (2021) semakin mudahnya tindakan hutang-piutang yang disediakan oleh para penyedia jasa membuat individu tergoda untuk mencobanya hingga akhirnya ketagihan untuk melakukannya walaupun mereka paham bahwa setiap kegiatan pinjam-meminjam yang terdapat kelebihan saat pembayarannya adalah riba. Penjelasan tersebut diperkuat oleh hasil penelitian Putri & Iriani (2020) bahwa kemudahan syarat dan ketentuan dalam melakukan proses pembayaran

dalam *platform paylater* akan mempertahankan pilihan mereka untuk tetap menggunakan fitur tersebut tanpa memperhatikan jumlah hutang yang sudah mereka miliki dan pemahaman keagamaan mereka.

4. 6. 5 Pengaruh Pengetahuan Riba terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater dimoderasikan hutang

H₅: Hutang memperkuat hubungan antara Pengetahuan Riba terhadap loyalitas menggunakan Akulaku Paylater

Melihat tabel 4.19 hasil uji hipotesis di atas diketahui nilai koefisien regresi variabel pengetahuan riba terhadap loyalitas dalam menggunakan Akulaku Paylater yaitu senilai 0,004 dengan signifikansi senilai 0,666. Angka tersebut menunjukkan tingkat signifikansi α sebesar 5% dan p value lebih dari 0,05. Dapat disimpulkan hutang tidak mempengaruhi dalam memperkuat hubungan antara pengetahuan riba terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan Akulaku Paylater sehingga pada penelitian ini **hipotesis yang kelima (H₅) tidak dapat didukung.**

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Yurita (2019) mengemukakan bahwa mayoritas masyarakat yang memiliki pemahaman riba yang baik akan tetap saja melakukan praktik berhutang dengan sistem bunga. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Dayyan & Chalil (2018) yang memperlihatkan bahwa kebanyakan individu yang faham dan mengerti konsekuensi riba tetap saja menjalin hubungan yang erat dengan penyedia jasa pinjaman yang memiliki tambahan bunga dalam pelunasannya.

4. 6. 6 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater dimoderasikan hutang

H₆: Hutang memperkuat hubungan antara Faktor Sosial terhadap loyalitas dalam menggunakan Akulaku Paylater

Merujuk tabel 4.19 hasil uji hipotesa didapatkan informasi koefisien regresi variabel faktor sosial terhadap loyalitas dalam menggunakan Akulaku Paylater yaitu senilai 0,027 dengan signifikansi senilai 0,00. Angka tersebut menunjukkan tingkat signifikansi α sebesar 5% dan p value kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hutang berpengaruh positif dan signifikan dalam memperkuat hubungan antara faktor sosial terhadap loyalitas masyarakat di Yogyakarta dalam menggunakan Akulaku Paylater sehingga pada penelitian ini **hipotesis yang keenam (H₆) dapat didukung.**

Hal yang sama juga dinyatakan oleh Apriyanti (2020) yang menerangkan mayoritas masyarakat melakukan aktifitas berhutang adalah atas dorongan dari lingkungan sekitarnya. Faktor sosial merupakan faktor yang paling krusial dalam pengaruhnya terhadap suatu tindakan karena seperti yang sudah diketahui tidak ada kata puas dalam diri manusia, oleh karena itu satu individu akan mudah mempengaruhi atau dipengaruhi oleh individu lainnya dengan tujuan untuk mengikuti gengsi atau budaya hidup hedonismenya. Hasil tersebut selaras hasilnya (Wibowo, 2016). Lee & Workman (2015) menjelaskan bahwa mayoritas individu dalam berhutang adalah bertujuan untuk memenuhi dan meningkatkan gaya hidupnya. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dimiliki oleh Abraham Maslow

yang berjudul “*hierarchy of need*” disaat seseorang memiliki kebutuhan ataupun keinginan namun tidak dapat memenuhinya maka akan keluar perasaan malu, minder dan juga terkucilkan dari lingkungan sosialnya karena tidak mampu mengimbangi gaya hidup mereka.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah berakhirnya proses penelitian maka akan ditutup dengan kesimpulan hasil penelitian yang berisi:

1. Religiusitas masyarakat di Yogyakarta berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas dalam menggunakan Akulaku *Paylater*.
2. Pengetahuan Riba masyarakat di Yogyakarta tidak berpengaruh terhadap loyalitas dalam menggunakan Akulaku *Paylater*.
3. Pengaruh faktor sosial masyarakat di Yogyakarta berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas dalam menggunakan Akulaku *Paylater*.
4. Hutang berpengaruh signifikan negatif dalam memperlemah hubungan antara religiusitas masyarakat di Yogyakarta terhadap loyalitas dalam menggunakan Akulaku *Paylater*.
5. Hutang tidak berpengaruh dalam memperkuat hubungan antara pengetahuan riba masyarakat di Yogyakarta terhadap loyalitas dalam menggunakan Akulaku *Paylater*.
6. Hutang berpengaruh signifikan positif dalam memperkuat hubungan faktor sosial masyarakat di Yogyakarta terhadap loyalitas dalam menggunakan Akulaku *Paylater*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Selama dilakukannya proses penelitian, terdapat beberapa keterbatasan besar kemungkinan berpengaruh terhadap maksimalnya *output* penelitian.

Keterbatasan yang ada yaitu:

1. Dalam hasil penelitian ini, terdapat hasil hipotesis dari variabel yang bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya. Dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan riba tidak berpengaruh terhadap loyalitas untung berhutang, padahal seharusnya semakin baik ilmu pengetahuan riba yang dimiliki oleh seseorang maka mereka akan berpikir ulang untuk melakukan pengambilan keputusan yang mengandung unsur riba.
2. Data yang didapatkan melalui penyebaran kuisisioner menghasilkan informasi yang tidak sebenarnya dialami oleh para responden, terjadinya hal tersebut karena pemahaman setiap manusia yang berbeda dan juga disebabkan oleh faktor kejujuran dalam mengisi jawaban kuisisioner.
3. Kurang luasnya cakupan objek dan lokasi penelitian karena hanya di wilayah kota Yogyakarta yang berdampak pada kurang maksimalnya hasil penelitian.

5.3 Saran

Saran dalam penelitian ini disampaikan oleh penulis kepada para peneliti selanjutnya yang berniat untuk menangkat topik yang serupa agar menghasilkan pembahasan yang lebih baik. Saran yang mungkin terbaik yang dapat diberikan:

1. Dibutuhkan adanya pengkajian ulang dalam variabel pengetahuan riba terhadap penggunaan fitur Paylater.
2. Dalam penelitian selanjutnya dapat ditambahkan Metode wawancara dalam memperoleh data agar dapat berkontak secara langsung dengan pengguna Akulaku Paylater, dengan tujuan memperoleh data yang valid.
3. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitiannya dengan menambahkan beberapa variabel independen seperti, kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, promosi. selain itu juga dapat mengubah variabel dependen menjadi kepuasan penggunaan dan keputusan penggunaan.

5.4 Implikasi Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk:

1. Bagi Masyarakat

Pembahasan analisis dan penelitian ini, besar harapan penulis dapat memperkaya wawasan masyarakat tentang baik/buruknya kegiatan riba, dapat meningkatkan keimanan masyarakat agar dapat menghindari dosa riba, dan memperkokoh pendirian agar tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sosialnya.

2. Peneliti Selanjutnya

Pembahasan dari penelitian ini penulis harapkan dapat berguna sebagai landasan atau pedoman dalam melakukan penelitian seperti:

- a. Menambahkan jumlah sampel dan populasi yang digunakan agar dapat memperoleh data yang lebih lengkap.
- b. Menambah variabel yang mempengaruhi hubungan antara religiusitas, faktor sosial, dan pengetahuan riba dengan loyalitas dalam penggunaan Akulaku *PayLater*.

3. Penulis dan Pembaca

Hasil dari pembahasan, besar harapan penulis dapat dimanfaatkan sebagai wadah memperkaya wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas penggunaan Akulaku *Paylater* dan juga dampak dari kegiatan yang mengandung ribawi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adika, L. A. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan, Kemudahan Pengguna, Promosi, Religiusitas terhadap Kepuasan Pengguna dan Keputusan Shopee Paylater Kepercayaan sebagai Variabel Perantara. *Skripsi*.
- Adirinekso, G. P., Purba, J. T., & Budiono, S. (2020). Measurement of performance, effort, social influence, facilitation, habit and hedonic motives toward pay later application intention: Indonesia evidence. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 59, 208–219.
- Afriatin, T. S. (1997). *Pendidikan Agama Islam untuk Perguruan Tinggi*. Bandung: Tiga Mutiara.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. 179-211.
- Amelia. (2023, 01 07). *Tabel Pinjaman Akulaku 2023: Bunga, Biaya dan Tenor*. Diambil kembali dari Tipkerja: <https://tipkerja.com/tabel-pinjaman-akulaku/>
- Ananda, A., Islam, E., & Surabaya, U. N. (2022). Analisis Hukum Islam Terhadap Pinjaman Uang Elektronik Shopee Paylater Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5, 131–144.
- Antonio, M. S. (2017). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Anwar, A. F., Riyanti, N., & Alim, Z. (2020). Pinjaman Online Dalam Perspektif Fikih Muamalah Dan Analisis Terhadap Fatwa Dsn-Mui No. 117/Dsn-Mui/Ix/2018. *Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan Dan Kebudayaan*, 21(2), 119–136.
- Apriliani, N. E. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Peran Religiusitas, Self Control sebagai Variabel Mediasi terhadap Perilaku Pengelolaan Utang Masyarakat Di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1, 1-19.
- Apriyanti, V. (2020). Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi terhadap Keputusan menjadi Nasabah Gadai Emas pada Pegadaian Syariah Cabang Jambi. *Skripsi*.
- Arifin, T. (2018). *Berani Jadi Pengusaha : Sukses Usaha dan Raih Pinjaman*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Aristanti, N. D. (2020). Pay Later, Kartu Kredit Zaman Now yang Ternyata Bisa Bikin Kalap Belanja!
- Aulianisa, S. S. (2020). Konsep Dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia: Sebuah Keniscayaan Di Era Digital Dan

- Teknologi. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 9(2), 183. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v9i2.444>
- Aziz, A., & Ramdansyah. (2016). Esensi Utang dalam Konsep Ekonomi Islam. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*.
- Bachtiar, T. S., & Muchtasib, A. B. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Riba, Motivasi Konsumen dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan PayLater dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Generasi Milenial Muslim Pengguna ShopeePayLater di Jabodetabek)*.
- Cahyadi, A. (2014). Mengelola Hutang Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson.
- Dahlina, M. (2018). Analisis Tingkat Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Induk Lambaro Aceh Besar.
- Darsini, Fahrurrozi, F., & Cahyono, E. A. (2019). Pengetahuan; Artikel Review. *Jurnal Keperawatan*, 12(1), 13.
- Dayyan, M., & Chalil, R. D. (2018). Persepsi Pedagang Pasar Kota Langsa terhadap Riba: Resistensi atau Toleransi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 57–84. <https://doi.org/10.32505/v3i1.1237>
- Dewi, S. K. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Fitur Paylater pada Aplikasi Traveloka. *Skripsi*.
- Fadhila, F., Azhar, & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater. *Jurnal Bisnis Ekonomi Halal*, 1(2), 20–30.
- Fahmi, I. (2015). *Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta.
- Farooq, M. O. (2012). Toward Defining and Understanding Riba: An Outline Essay. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1723803>
- Gharaibeh, M. K., Arshad, M. R. M., & Gharaibh, N. K. (2018). Using the UTAUT2 model to determine factors affecting adoption of mobile banking services: A qualitative approach. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 12(4), 123–134. <https://doi.org/10.3991/ijim.v12i4.8525>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (3rd ed.)*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hadist Arba'in no 7*. (2023, 01 01). Diambil kembali dari Wordpress.com: <https://sepdhani.wordpress.com/2014/10/07/syarah-hadits-arbain-no-7-agama-adalah-nasihat/>
- Hadist riwayat Ibnu Hibban 567*. (2023, 01 01). Diambil kembali dari muslim.or.id: <https://muslim.or.id/222-jual-beli-dan-syarat-syaratnya.html>
- Hadist riwayat Ibnu Majah*. (2023, 01 01). Diambil kembali dari IslamPos: <https://www.islampos.com/berbahagialah-orang-yang-berniat-melunasi-utangnya-207677/>

- Hadist riwayat Muslim*. (2023, 01 01). Diambil kembali dari DeskJabar.com: <https://deskjabar.pikiran-rakyat.com/ragam/pr-1133914124/jangan-remehkan-perbuatan-ini-karena-dosanya-sama-dengan-menzinahi-ibu-sendiri-segera-bertaubat?page=2>
- Hadist riwayat Muslim no. 2699*. (2023, 01 01). Diambil kembali dari DetikEdu: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5866155/10-hadits-menuntut-ilmu-untuk-memudahkan-jalan-ke-surga>
- Hamdanur, P., Yusuf, A. M., & Kasman, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Akulaku Indonesia Di Jakarta. *Management and Accounting Expose*, 4(2). <https://doi.org/10.36441/mae.v4i2.431>
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Daerah Istimewa Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Harahap, T. S. (2020). Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai Emas di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Medan Iskandar Muda. *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*.
- Hartono, & Rahmi, N. U. (2018). *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hisam, A. (2021). Perspektif Ekonomi Syariah Di Indonesia Tentang Riba, Bunga Bank, dan Bagi Hasil. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 28–50. <https://doi.org/10.37058/jes.v6i1.2538>
- Herispon, H. (2018). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU UTANG RUMAH TANGGA (Sebuah Kajian Literatur). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 89–101. <https://doi.org/10.31849/jieb.v15i2.1156>
- Huda, L. (2022, Juli 6). *Sering Curhat Utang Pinjol, Seorang Pria Gantung Diri di Rumah Teman*. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://megapolitan.kompas.com/read/2022/07/06/09053671/sering-curhat-utang-pinjol-seorang-pria-gantung-diri-di-rumah-teman?page=all>
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99–107. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>
- Irawati. (2018). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat tentang Riba Terhadap Perilaku Utang Piutang di Kecamatan Anreapi Kabupaten Polewali Mandar.
- Jalaluddin. (2001). *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kotler, A. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England: Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Marketing Management Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2001). *Principles of Marketing*. Mason: Thomson Learning.
- Lee, S. H., & Workman, J. E. (2015). Compulsive buying and branding phenomena. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s40852-015-0004-x>
- Lestianawati, T. A., & Riharjo, I. B. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat tentang Riba dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Penggunaan Cashless Melalui Aplikasi Ovo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 3(2), ٣٣٣٣٣٣.
- Mahmudi, & Supriyadi. (2019). The effects of religiosity on earnings management under obedience pressure. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura Vol. 22, No. 1*, 73 - 83.
- Martins, J., Costa, C., Oliviera, T., Goncalves, R., & F. B. (2019). How Smartphone Advertising Influences Consumers' Purchase Intention. *Journal of Business Research*, 94, 378-387.
- Monica, M. A. (2020). Analisis Hukum Islam terhadap Pinjaman Uang Elektronik Shopee Pay Later pada E-Commerce. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*, 1–68.
- Muas, E. R. (2021). Pengaruh Religiusitas Mahasiswa di Yogyakarta terhadap Shopee Paylater dengan Hutang dan Riba sebagai Variabel Pemoderasi.
- Mubarak, W. I. (2011). *Promosi Kesehatan Untuk Kebidanan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Munthe, M., & Ningsih, N. A. (2020). Tingkat Pengetahuan Masyarakat tentang Riba terhadap Prilaku Hutang Piutang di Desa Salo kecamatan Salo kabupaten Kampar. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 163–174.
- Najtama, F. (2018). Religiusitas Dan Kehidupan Sosial Keagamaan. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam*, 9(2), 421–450. <https://doi.org/10.32489/tasamuh.214>
- Nisa, I. C. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada Toko Online Shopee (Studi Kasus di Jakarta Barat).
- Putra, A. M. (2020). *Skripsi Pengetahuan Masyarakat tentang Riba pada Praktik Utang Piutang di Desa Paduraksa Kecamatan Suku Tengah Lakitan Ulu Terawas Kabupaten Musi Rawas*.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Pratika, Y. (2021). UTAUT Model: Identifying the Driving Factors of the Intention to Use Paylater. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 345–352. <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i2.6306>
- Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olah data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater.

- Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Putri, N. S. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Terus Menggunakan Fitur Paylater pada Aplikasi Shopee (Shopee Paylater). *Skripsi*.
- Rachmat, M. (2019). Tinjauan Hukum Islam Tentang Hutang Piutang Secara Online. *Skripsi*.
- Rahman, A. A., Asrarhaghghi, E., & Rahman, S. A. (2015). Consumers and Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude and Intention. *Journal of Islamic Marketing* 6(1), 148-163.
- Ratnasari, E. (2019). Praktik Hutang Piutang Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Giri Kelopo Mulyo).
- Riswandi. (2019). Transaksi On-Line (E-Commerce): Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(April), 15–38.
- Rofiullah, A. H., Pengembangan, J., & Syariah, E. (2021). Pendangan Hukum Islam Terhadap Akad Dan Praktik Qard (Hutang Piutang). *Jurnal Pengembangan Ekonomi Syariah*, Vol 3 No.2, Agustus 2021, 3(2), 35–47.
- Ronito, H. (2022, Oktober Kamis). *Catatan Kinerja Gemilang di 2021, Akulaku Finance Raih Penghargaan BNPL Terbaik Pada Duniafintech Awards*. Diambil kembali dari Dunia Fintech: <https://duniafintech.com/akulaku-finance-raih-penghargaan-bnpl-terbaik-pada-duniafintech-awards/>
- Saputri, A. M., & Kiswara, E. (2019). Perspektif Teori Perilaku Terencana Terhadap Niat Wajib Pajak Orang Pribadi Untuk Melakukan Pelanggaran Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(1), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Perilaku Konsumen edisi ke 7*. USA: Pearson prentice hall.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku konsumen : perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Setyawati, R. R., & Oktafia, R. (2018). Riba dalam Pandangan Islam. *Jurnal Umsida*.
- Sidabutar, I. C. (2020). Pengaruh Kepuasan Pengguna Fitur Shopee Paylater Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Skripsi*.
- Solusi Pembayaran Akulaku Paylater*. (2022, 12 20). Diambil kembali dari Akulaku: <https://www.akulaku.com/paylater-for-merchant>
- Srihardina, E. (2018). Pengaruh Pengetahuan Hukum Riba dalam Keputusan Masyarakat Mengambil Pinjaman di Rentenir pada Desa Palangiseng Kecamatan Lirililau Kabupaten Soppeng.

- Stark, R., & Glock, C. Y. (1968). *American Piety: The Nature of Religious Commitment (Patterns of Religious Commitment)*. London: University of California Press, Ltd.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriatna, E. (2019). Islam dan Ilmu Pengetahuan. *Jurnal Soshum Insentif*, 128-135.
- Surat Al-Baqarah Ayat 208*. (2023, 01 01). Diambil kembali dari TafsirWeb: <https://tafsirweb.com/829-surat-al-baqarah-ayat-208.html>
- Surat Al-Baqarah Ayat 275*. (2023, 01 01). Diambil kembali dari TafsirWeb: <https://tafsirweb.com/1041-surat-al-baqarah-ayat-275.html>
- Surat Al-Baqarah Ayat 278*. (2023, 01 01). Diambil kembali dari TafsirWeb: <https://tafsirweb.com/1044-surat-al-baqarah-ayat-278.html>
- Surat An-Nisa Ayat 29*. (2023, 01 01). Diambil kembali dari TafsirWeb: <https://tafsirweb.com/1561-surat-an-nisa-ayat-29.html>
- Surat At-Taghabun Ayat 17*. (2023, 01 01). Diambil kembali dari TafsirWeb: <https://tafsirweb.com/10961-surat-at-taghabun-ayat-17.html>
- Surat Shad Ayat 29*. (2023, 01 01). Diambil kembali dari TafsirWeb: <https://tafsirweb.com/8515-surat-shad-ayat-29.html>
- Syaifuddin, A. M., Ruslang, R., Hasriani, H., & Muslimin, S. (2022). Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Transaksi Shopee Paylater. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 4(2), 109–120. <https://doi.org/10.37146/ajie.v4i2.176>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MisQuarterly*.
- Wafa, A. K. (2020). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Shopee Pay Later. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 16–30. <https://bit.ly/3DQDNPA>
- Wardhani, D. K., Primastiwi, A., & Sulistio, A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Etika & Religiusitas Islam Terhadap Penggunaan Peer To Peer Lending Berbasis Syariah. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 12(1), 1–10. <https://jurkubank.files.wordpress.com/2012/01/pdf-januari-2008.pdf>
- Wibowo, K. P. (2016). Hubungan Compulsive Buying dengan Perilaku Berhutang (Dissaving). *Skripsi*.
- Widarjono, A. (2018). *Analisis Regresi dengan SPSS (1st ed.)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN .
- Yuliana. (2004). Pengaruh Sikap pada Pindah Kerja, Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control pada Inrensi Pindah Kerja pada Pekerja Teknologi Informasi. *Phronesis: Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* 6, 1-18.
- Yunadi, A. (2011). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Permintaan

- Pembiayaan Mudharabah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 1(2), 1–14.
- Yuriska, M. R., & Sukirno, I. (2016). Pengaruh Faktor Sosial, Personal, Psychological, Dan Kultural Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Centro Department Store Melalui Stimulus Midnight Sale. *Modus*, 26(1), 77. <https://doi.org/10.24002/modus.v26i1.579>
- Yurita, R. (2019). Pemahaman tentang Riba dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Berhutang dengan Sistem Bunga (Studi Kasus di Kota Fajar Aceh Selatan). *Skripsi*.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*.



LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Salma Salsabila, mahasiswi S1 tingkat akhir jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang membutuhkan responden untuk penelitian tugas akhir saya tentang "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Riba, dan Faktor Sosial Terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta Menggunakan Aplikasi Akulaku *Paylater* dengan Hutang sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Yogyakarta)".

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuisisioner yang terlampir berikut ini. Ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini dan seluruh jawaban yang disajikan dalam kuisisioner ini akan dijaga kerahasiannya. Tidak ada jawaban benar atau salah untuk setiap pertanyaan, yang diharapkan adalah jawaban yang sesuai dengan kondisi Bapak/Ibu/Saudara/i. Atas waktu dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terimakasih. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Kriteria Responden:

1. Masyarakat yang berada di Kota Yogyakarta
2. Beragama Islam
3. Pernah menggunakan *platform Akulaku Paylater*

Bagi 5 responden yang beruntung akan mendapatkan saldo dalam bentuk ShopeePay/GoPay/Ovo senilai @Rp 25.000.

Jika ada pertanyaan mengenai penelitian ini, bisa menghubungi peneliti melalui email 19312170@students.uii.ac.id

Wassalamualaikum Wr.Wb

Salam hormat,

Salma Salsabila

Lampiran 2: Identitas Responden

1. Nama *

2. Jenis Kelamin *

- Laki-
Laki
- Perempuan

3. Usia *

-
-
-
-
- 18-23
- 24-28
- 29-33
- >35

4. Tingkat Pendidikan Terakhir * *Mark only one oval.*

- Sekolah Dasar (SD)
- Sekolah Menengah Pertama (SMP)
- Sekolah Menengah Atas (SMA)
- Diploma
- S1
- S2
- S3

5. Pekerjaan *

Mark only one oval.

- Pekerja
- Pelajar
- Mahasiswa/Mahasiswi
- Ibu Rumah Tangga
- Lain-lain

6. Penggunaan Akulaku *Paylater* dalam 1 bulan *

Mark only one oval.

- < 2 kali
- 2 - 4 kali
- 5 - 7 kali
- > 7 kali

7. No Whatsapp (untuk mengirim hadiah)



Variabel Independen (X1): Religiusitas

PETUJUK PENGISIAN:

Mohon untuk mengisi seluruh pertanyaan yang telah disediakan dalam kuesioner ini, dengan memilih 1 (satu) dari 5 (lima) pilihan yang disediakan sesuai. Pilihan akan disediakan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya selalu berdoa sebelum mengawali kegiatan					
2	Saya melaksanakan solat secara tepat waktu					
3	Saya menjalankan puasa tanpa paksaan					
4	Saya mempunyai jam belajar Al-Quran setiap minggu					
5	Saya mencari ketenangan dengan cara mengingat Allah ketika sedang cemas atau sedih					
6	Saya menasihati orang lain untuk berbuat baik dan menghindari dosa					

Variabel Independen (X2): Pengetahuan Riba

PETUJUK PENGISIAN:

Mohon untuk mengisi seluruh pertanyaan yang telah disediakan dalam kuesioner ini, dengan memilih 1 (satu) dari 5 (lima) pilihan yang disediakan sesuai. Pilihan akan disediakan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya sudah belajar dan mengetahui macam-macam riba					
2	Saya mengetahui bahwa segala sesuatu yang berhubungan dengan riba itu haram					
3	Saya telah memahami tentang hukum dari praktik hutang berbunga dalam syariat islam					
4	Saya mengetahui bahwa bunga pinjaman termasuk dalam hal yang dilarang oleh Allah SWT					
5	Saya mengetahui bahwa riba merupakan bentuk ketidakadilan					
6	Saya mengetahui bahwa kelebihan yang didapat dari pokok pinjaman adalah riba					

Variabel Independen (X3): Faktor Sosial

PETUJUK PENGISIAN:

Mohon untuk mengisi seluruh pertanyaan yang telah disediakan dalam kuesioner ini dengan, memilih 1 (satu) dari 5 (lima) pilihan yang disediakan . Pilihan akan disediakan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya tertarik untuk menggunakan <i>platform</i> Akulaku <i>Paylater</i> karena melihat tawaran iklan					
2	Saya tertarik menggunakan <i>platform</i> Akulaku <i>Paylater</i> karena mendengar cerita atau pengalaman orang yang berada di sekitar saya					
3	Anggota keluarga membolehkan untuk melakukan pinjaman <i>online</i> pada <i>platform</i> Akulaku					
4	Saya menggunakan <i>platform</i> Akulaku <i>Paylater</i> karena melihat dari ulasan pengguna sebelumnya					
5	Saya tertarik menggunakan <i>platform</i> Akulaku <i>Paylater</i> karena sudah banyak yang menggunakannya					
6	Saya mengikuti gaya konsumtif di lingkungan sekitar, sehingga membuat saya terpaksa untuk melakukan pinjaman <i>online</i> untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup					

Variabel Moderasi (X4): Hutang

PETUJUK PENGISIAN:

Mohon untuk mengisi seluruh pertanyaan yang telah disediakan dalam kuesioner ini, dengan memilih 1 (satu) dari 5 (lima) pilihan yang disediakan. Pilihan akan disediakan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

Bagian 1

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya tergolong individu yang memiliki hutang yang selalu bertambah					
2	Saya merasa penghasilan kurang, sehingga saya berhutang untuk mencukupi					
3	Saya berhutang karena merupakan cara terbaik untuk menyelesaikan masalah keuangan					

PETUJUK PENGISIAN:

Mohon untuk mengisi seluruh pertanyaan yang telah disediakan dalam kuesioner ini, dengan memilih 1 (satu) dari 5 (lima) pilihan yang disediakan. Pilihan akan disediakan sebagai berikut :

1. TP : Tidak Pernah
2. J : Jarang
3. KK : Kadang-Kadang
4. S : Sering
5. SL : Selalu

Bagian 2

No	Pertanyaan	TP	J	KK	S	SL
1	Saya menggunakan jasa pinjaman <i>online</i> untuk memenuhi kebutuhan					
2	Jika saya sedang mengalami kesusahan ekonomi, saya lebih memilih berhutang					
3	Saya memahami resiko yang akan saya hadapi ketika melakukan hutang					

Variabel Dependen (Y1): Loyalitas Akulaku Paylater

PETUJUK PENGISIAN:

Mohon untuk mengisi seluruh pertanyaan yang telah disediakan dalam kuesioner ini, dengan memilih 1 (satu) dari 5 (lima) pilihan yang disediakan. Pilihan akan disediakan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya lebih memilih menggunakan <i>platform</i> Akulaku Paylater dibandingkan dengan <i>platform</i> lainnya					
2	Saya akan terus menggunakan <i>platform</i> Akulaku Paylater untuk berbelanja					
3	Saya menggunakan <i>platform</i> Akulaku Paylater sudah lebih dari satu kali					
4	Saya menjadikan <i>platform</i> Akulaku Paylater sebagai <i>platform</i> pinjaman <i>online</i> favorit saya					
5	Saya tidak akan beralih ke <i>platform</i> lain yang menyediakan fitur <i>paylater</i> selain Akulaku Paylater					
6	Saya memberikan atau membagikan pengalaman yang saya alami dalam menggunakan <i>platform</i> Akulaku Paylater kepada orang lain					

Lampiran 3: Tabulasi Data

Identifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Laki-Laki	70	54,3%
2	Perempuan	59	45,7%
	Total	129	100%

Identifikasi Responden berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	18-23 tahun	40	31%
2	24-28 tahun	46	35,7%
3	29-33 tahun	24	18,6%
4	>35 tahun	19	14,7%
	Total	129	100%

Identifikasi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

No	Tingkat Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Sekolah Dasar (SD)	0	0%
2	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	0	0%
3	Sekolah Menengah Atas (SMA)	36	27,9%
4	Diploma	31	24%
5	S1	62	48,1%
6	S2	0	0%
7	S3	0	0%
	Total	129	100%

Identifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Pekerja	81	62,8%
2	Pelajar	2	1,6%
3	Mahasiswa/Mahasiswi	35	27,1%
4	Ibu Rumah Tangga	8	6,2%
5	Lain-Lain	3	2,3%
	Total	129	100%

Identifikasi Responden berdasarkan Penggunaan Akulaku *Paylater* dalam

1 bulan

No	Penggunaan Akulaku <i>Paylater</i> (1bulan)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	<2 kali	39	30,23%
2	2-4 kali	59	45,74%
3	5-7 kali	27	20,93%
4	>7 kali	4	3,10%
		129	100%

Religiusitas						
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.TOT
5	4	5	5	5	4	28
3	3	4	3	4	4	21
4	5	5	5	4	5	28
2	1	1	2	2	3	11
3	4	5	4	5	4	25
5	5	4	2	2	5	23
2	2	1	2	1	1	9
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	4	4	5	26
4	3	5	5	4	4	25
5	4	5	5	4	4	27
4	5	4	5	4	5	27
5	5	5	1	3	4	23
4	5	5	5	4	5	28
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	4	4	2	21
2	2	1	2	1	1	9
2	3	2	2	3	4	16
5	5	4	4	5	5	28
2	3	2	2	1	1	11
4	5	4	5	5	5	28
2	2	1	3	3	1	12
2	2	2	2	2	1	11
3	5	5	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	4	27
4	4	4	5	4	5	26
4	5	5	5	4	4	27
5	5	4	5	4	4	27

4	5	4	5	4	4	26
4	5	5	4	4	4	26
5	5	4	5	4	5	28
4	4	5	4	5	3	25
4	5	4	4	5	5	27
4	5	5	5	4	4	27
5	5	5	5	5	4	29
5	4	4	5	4	4	26
5	4	5	4	4	5	27
5	4	5	5	4	4	27
3	2	2	1	4	5	17
5	4	4	4	4	5	26
5	5	5	4	4	5	28
4	5	5	4	4	4	26
4	4	5	4	4	5	26
5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	4	5	4	26
4	5	5	4	4	5	27
4	4	5	5	4	4	26
4	5	4	4	4	4	25
4	4	5	5	4	5	27
4	5	4	4	4	5	26
4	5	5	4	4	5	27
5	4	4	5	5	4	27
4	5	5	5	4	4	27
5	4	4	4	5	5	27
4	5	5	5	4	4	27
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	5	3	4	26
5	5	4	5	4	4	27
5	5	5	4	5	4	28
5	5	4	4	4	5	27
5	4	5	5	5	4	28
4	4	5	4	5	5	27
5	4	4	5	4	4	26
4	5	5	4	5	5	28
5	5	5	4	4	5	28
4	4	5	4	4	5	26
4	5	4	4	4	5	26
5	5	4	4	5	4	27
4	4	5	5	4	4	26
4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	5	5	5	27
5	3	4	4	3	5	24
5	4	4	5	4	5	27
5	3	3	4	3	3	21
5	4	4	5	5	4	27

2	2	1	2	2	1	10
4	4	5	5	4	4	26
5	4	5	4	5	4	27
1	2	3	2	2	3	13
5	4	4	5	4	5	27
4	4	5	4	5	4	26
5	5	4	5	4	4	27
5	4	4	4	5	4	26
5	5	4	5	4	4	27
4	5	5	4	5	4	27
4	4	5	4	5	5	27
5	4	5	4	4	5	27
5	5	4	5	4	4	27
4	5	4	4	5	5	27
4	4	5	4	5	5	27
5	5	5	4	5	4	28
4	4	5	5	4	5	27
5	5	5	4	4	5	28
4	4	4	5	4	5	26
5	5	5	4	5	4	28
4	5	4	5	4	5	27
5	4	4	4	5	4	26
5	5	4	5	4	4	27
5	5	5	4	5	4	28
5	5	4	5	5	4	28
4	5	4	4	4	5	26
5	5	4	5	4	4	27
5	5	5	4	5	4	28
5	5	4	5	4	4	27
4	4	4	5	5	4	26
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	4	5	5	29
5	5	4	5	4	4	27
5	5	5	5	4	5	29
4	4	1	5	2	3	19
3	5	3	4	3	3	21
4	1	2	3	4	2	16
2	5	1	5	4	3	20
2	1	2	2	2	1	10
5	1	3	4	5	2	20
2	1	1	3	2	3	12
4	2	2	3	4	4	19
4	3	2	4	5	5	23
2	2	2	2	2	1	11
5	3	5	4	4	3	24
3	5	4	3	5	4	24
4	3	4	3	4	5	23

5	4	3	4	3	4	23
5	3	5	5	3	4	25
4	4	4	2	4	3	21
4	3	2	3	2	4	18
5	4	2	4	3	2	20

Pengetahuan Riba						
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.TOT
5	4	5	5	5	5	29
3	4	4	4	4	3	22
5	5	5	5	5	5	30
1	2	2	2	3	2	12
5	5	5	5	4	5	29
5	4	4	5	5	5	28
2	1	2	1	1	1	8
4	5	5	5	4	5	28
4	5	4	5	5	5	28
5	4	4	5	5	5	28
3	5	3	5	4	4	24
5	4	5	5	5	4	28
5	4	4	5	4	5	27
4	4	2	2	3	5	20
4	5	4	5	4	5	27
3	4	5	5	4	3	24
4	4	4	4	4	4	24
2	1	1	2	3	1	10
2	3	3	3	2	2	15
4	5	5	5	5	3	27
2	2	2	2	2	3	13
5	4	5	4	5	4	27
2	1	1	2	3	2	11
2	2	1	1	1	2	9
3	4	4	5	4	3	23
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	4	3	25
5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	4	4	5	26
5	5	4	5	5	4	28
5	5	5	4	5	5	29
5	4	5	4	4	4	26
5	4	5	5	5	5	29
3	5	4	5	5	4	26
5	4	5	4	4	3	25
5	5	4	5	5	5	29
4	4	5	5	4	5	27
5	4	5	5	4	5	28
5	4	5	4	4	5	27

5	4	4	4	5	4	26
5	2	3	2	2	2	16
4	4	4	5	5	4	26
4	5	4	4	4	5	26
4	4	5	5	4	5	27
5	4	5	4	4	5	27
4	4	4	5	5	4	26
5	4	5	5	4	5	28
5	4	4	4	5	4	26
4	4	5	4	5	5	27
4	5	4	5	4	4	26
4	5	4	5	3	4	25
4	5	4	4	4	5	26
4	5	4	5	4	4	26
5	5	5	4	4	5	28
4	4	5	5	4	4	26
4	5	4	4	4	5	26
4	4	5	5	5	4	27
4	4	4	5	5	4	26
5	4	5	3	5	4	26
5	5	4	5	4	4	27
4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	4	5	5	29
5	5	4	4	5	5	28
4	4	5	5	5	4	27
4	5	5	5	5	4	28
4	5	4	4	4	5	26
4	4	5	5	5	4	27
4	5	5	5	4	4	27
4	5	4	4	5	5	27
5	4	4	5	4	4	26
5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	5	5	4	26
5	5	5	5	4	4	28
5	4	4	4	3	4	24
4	4	5	4	4	5	26
4	3	4	3	3	2	19
5	5	4	4	4	5	27
2	3	2	2	1	1	11
5	4	4	5	5	4	27
5	4	4	4	4	4	25
1	3	2	2	2	2	12
5	5	4	5	4	5	28
5	5	5	4	5	4	28
5	5	5	4	5	4	28
4	5	5	5	4	4	27
5	5	4	5	4	5	28

4	4	4	4	5	4	25
4	4	5	5	4	4	26
5	5	4	4	5	5	28
5	4	4	4	5	4	26
5	4	5	4	5	5	28
5	5	4	5	5	5	29
4	5	4	4	5	4	26
4	4	5	4	5	5	27
5	5	4	5	5	4	28
4	4	4	4	5	4	25
5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	5	5	4	26
5	4	5	4	5	4	27
5	5	5	5	4	4	28
4	5	4	4	5	5	27
5	5	5	4	5	4	28
4	4	5	5	4	5	27
5	5	4	5	4	4	27
5	5	4	5	4	5	28
5	4	4	5	4	5	27
5	5	5	5	4	5	29
5	5	4	4	4	5	27
4	4	4	5	4	5	26
5	5	5	4	5	4	28
5	5	4	4	4	4	26
4	2	3	4	4	4	21
3	4	3	3	3	5	21
1	5	1	5	3	4	19
2	4	2	4	3	5	20
2	3	2	2	1	2	12
2	5	2	4	3	5	21
2	3	1	1	2	2	11
5	4	2	5	3	4	23
2	5	5	4	5	5	26
1	2	2	1	2	3	11
3	4	3	5	4	5	24
4	4	3	5	4	4	24
5	4	5	5	3	5	27
4	4	4	5	3	3	23
3	5	4	4	5	4	25
4	4	3	4	4	4	23
4	3	4	4	3	3	21
5	4	4	4	5	4	26

Faktor Sosial						
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.TOT
5	4	4	5	5	5	28
4	4	4	3	4	4	23
5	5	4	5	5	5	29
5	4	4	4	4	4	25
5	4	5	4	4	4	26
5	3	5	3	4	4	24
5	5	5	4	5	4	28
3	4	5	3	4	3	22
5	5	5	4	5	4	28
5	5	4	5	3	5	27
3	3	5	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	4	25
3	2	4	1	4	2	16
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	4	4	27
5	4	5	4	5	5	28
5	4	5	3	4	3	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	4	5	5	29
5	4	5	3	5	3	25
4	3	5	1	5	4	22
5	5	5	3	5	5	28
5	5	5	4	5	4	28
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	4	4	27
4	4	5	4	4	4	25
5	4	5	5	4	4	27
4	5	5	5	5	4	28
4	5	5	4	5	4	27
4	4	4	4	5	4	25
5	5	5	4	5	5	29
5	4	4	5	5	4	27
4	5	4	4	5	4	26
4	4	4	5	4	5	26
5	5	5	5	4	5	29
4	5	4	5	4	4	26
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	5	4	5	26
4	5	5	4	5	5	28
4	5	5	4	5	5	28
5	4	4	4	5	5	27
4	5	4	5	4	4	26

5	5	4	4	4	4	26
4	4	5	4	4	4	25
4	5	4	4	5	5	27
4	5	4	5	4	4	26
5	4	4	5	4	4	26
4	5	4	5	4	4	26
4	5	4	5	4	4	26
4	5	5	5	4	4	27
5	5	5	4	4	4	27
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	5	5	4	28
4	4	4	5	4	5	26
5	5	5	4	5	4	28
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	4	4	5	27
5	4	5	5	5	4	28
5	5	4	4	5	5	28
5	5	4	4	5	4	27
4	5	5	4	4	5	27
4	4	5	4	4	4	25
4	4	5	5	4	5	27
5	5	5	4	5	5	29
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	5	5	4	26
4	4	5	4	4	5	26
4	5	4	4	4	4	25
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	4	4	5	28
4	4	5	5	4	5	27
5	5	4	5	4	4	27
4	4	5	4	4	5	26
4	3	5	2	4	4	22
5	4	5	4	5	5	28
4	5	5	4	4	5	27
3	2	3	2	3	2	15
5	5	4	5	4	4	27
4	4	5	4	5	4	26
4	5	4	4	4	5	26
5	5	4	5	4	4	27
4	5	4	5	5	5	28
5	5	4	5	4	5	28
5	5	4	5	4	4	27
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	4	4	27
4	4	5	4	5	5	27
5	4	5	4	5	5	28

4	5	4	4	5	4	26
5	5	5	4	5	5	29
4	5	4	5	4	4	26
5	5	4	5	4	4	27
5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	5	4	5	26
5	5	5	5	4	5	29
5	5	4	5	4	4	27
4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	4	5	4	28
5	5	5	5	4	5	29
5	5	4	5	4	4	27
5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	4	5	5	29
4	5	4	4	5	5	27
4	5	5	4	5	4	27
5	5	5	4	4	5	28
5	4	4	4	5	4	26
5	5	4	5	4	4	27
4	2	3	3	4	4	20
5	4	4	2	5	4	24
5	4	5	3	5	4	26
5	3	5	4	4	3	24
5	1	4	3	5	5	23
4	4	3	4	4	5	24
5	3	4	3	4	4	23
5	5	5	4	4	5	28
4	5	4	5	4	4	26
4	4	4	2	4	3	21
4	5	4	5	4	3	25
5	5	5	4	5	4	28
4	3	5	3	4	4	23
5	3	4	4	5	3	24
5	4	4	5	4	4	26
4	4	4	2	3	4	21
2	3	4	5	3	4	21
5	4	5	4	4	3	25

Hutang						
X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.TOT
5	4	5	5	5	5	29
2	3	3	4	3	4	19
5	5	5	5	5	5	30
1	2	3	2	1	2	11
4	4	5	4	3	4	24
5	5	2	4	4	3	23
2	1	2	1	2	2	10

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

4	4	5	5	5	5	28
5	5	3	4	5	4	26
4	3	4	4	4	5	24
4	3	5	5	5	4	26
5	4	5	3	5	5	27
4	3	4	4	5	3	23
5	3	4	5	4	5	26
5	4	5	3	4	4	25
3	4	5	5	3	4	24
5	4	5	5	4	4	27
5	5	4	4	3	2	23
5	5	4	4	4	5	27
4	5	5	4	4	4	26
5	4	4	5	5	4	27
5	5	4	3	4	5	26
3	4	4	4	5	5	25
3	5	4	5	4	5	26
4	3	5	5	5	4	26
5	4	5	4	3	5	26
3	4	4	5	4	5	25
5	4	4	5	4	4	26
3	5	3	5	4	2	22
5	4	4	4	4	5	26
1	1	3	1	1	4	11
4	4	5	5	4	4	26
5	4	5	5	4	3	26
1	2	2	1	4	3	13
5	5	4	5	5	5	29
5	5	5	4	4	4	27
5	4	5	4	5	4	27
4	5	5	5	4	4	27
4	4	5	4	5	4	26
5	4	4	5	5	5	28
4	5	4	4	5	4	26
5	4	5	5	4	5	28
5	4	4	5	4	4	26
5	5	4	5	4	5	28
4	4	4	5	5	5	27
4	5	4	5	5	5	28
4	4	4	4	5	5	26
5	4	5	5	5	4	28
5	5	5	4	4	5	28
5	4	4	5	5	5	28
5	4	4	5	4	4	26
5	5	5	4	4	4	27
5	4	4	5	5	5	28
4	5	4	4	5	4	26

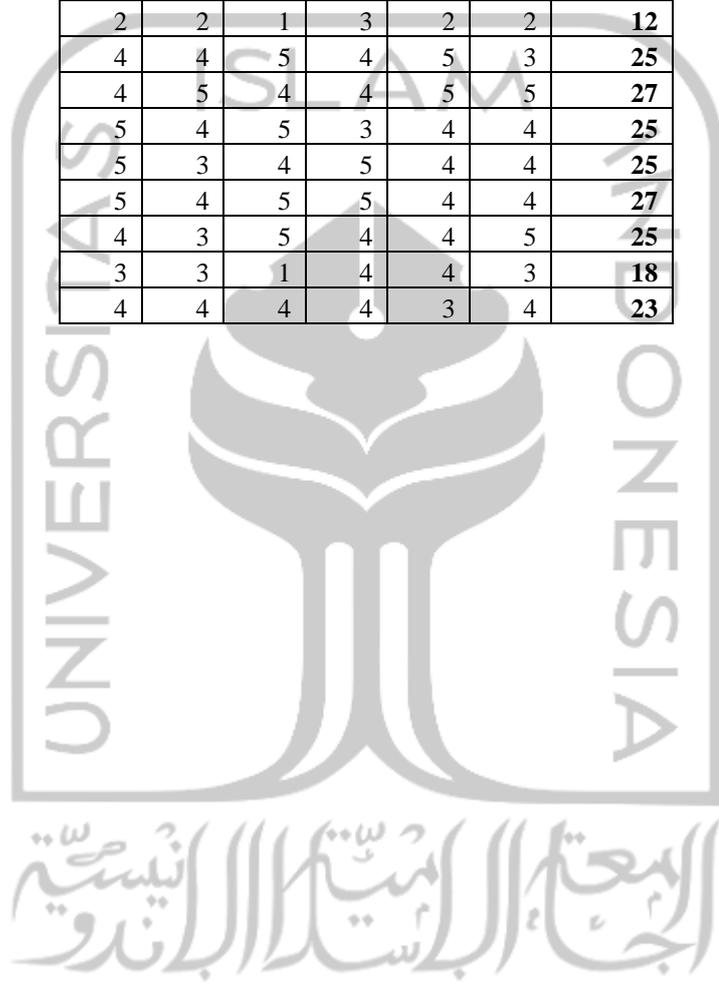
5	4	4	5	4	4	26
5	5	5	4	4	4	27
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	5	5	28
4	5	4	5	5	5	28
2	3	3	4	5	3	20
3	4	3	5	4	3	22
2	4	4	5	4	2	21
2	4	3	4	5	4	22
2	2	1	1	1	2	9
3	5	4	2	5	5	24
1	2	2	2	3	2	12
5	4	4	4	3	3	23
4	5	4	4	4	2	23
2	2	1	2	3	1	11
3	5	4	5	3	3	23
3	5	3	4	4	4	23
4	4	5	4	3	5	25
3	4	3	5	4	4	23
4	4	3	4	4	4	23
3	4	5	3	4	4	23
5	3	5	3	3	5	24
3	4	4	5	4	4	24

Loyalitas Akulaku <i>Paylater</i>						
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.TOT
5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	4	3	4	21
5	5	5	5	5	5	30
2	2	2	2	2	3	13
3	4	4	4	5	5	25
4	4	4	5	5	3	25
1	1	2	3	2	2	11
3	3	3	3	3	3	18
5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
5	3	5	3	5	3	24
5	4	5	4	5	4	27
4	5	5	4	5	4	27
5	5	5	3	4	3	25
5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	4	4	5	25

4	4	4	4	4	4	24
1	1	2	3	2	2	11
2	3	3	2	3	3	16
5	3	5	4	5	4	26
2	1	1	3	3	3	13
4	5	5	4	5	5	28
3	2	1	1	2	1	10
2	2	2	2	2	2	12
5	5	4	5	5	5	29
4	4	5	4	4	4	25
5	4	5	4	5	5	28
4	4	5	4	5	5	27
4	4	4	5	5	4	26
4	5	4	5	4	4	26
4	5	4	5	4	4	26
5	4	5	5	5	4	28
4	4	5	5	5	5	28
5	4	5	5	5	5	29
4	5	4	5	5	4	27
4	5	5	5	4	4	27
4	5	4	5	4	4	26
5	5	5	4	5	4	28
5	4	4	5	5	4	27
4	4	4	5	5	5	27
2	3	2	3	2	5	17
4	5	5	5	5	4	28
4	5	5	4	5	5	28
4	5	5	5	5	5	29
4	4	5	5	4	5	27
4	5	4	4	5	4	26
4	5	5	4	4	4	26
5	5	5	4	5	4	28
5	4	4	4	4	5	26
4	4	5	5	4	4	26
4	5	4	5	4	5	27
4	5	5	4	5	4	27
5	4	5	5	5	4	28
4	5	5	4	5	4	27
5	5	4	5	4	4	27
5	5	5	4	5	5	29
5	5	4	4	5	4	27
5	5	4	5	4	5	28
4	5	4	5	4	5	27
4	4	5	4	5	5	27
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	4	4	5	27
4	5	5	4	4	4	26

5	5	5	4	4	5	28
4	4	4	5	4	5	26
4	4	4	5	5	4	26
5	5	4	5	5	5	29
4	5	5	4	4	5	27
5	4	5	4	5	5	28
5	4	4	5	4	5	27
5	5	5	4	5	5	29
5	4	5	5	5	4	28
5	4	5	4	4	5	27
4	3	4	5	5	4	25
5	4	5	5	4	4	27
4	4	4	3	3	4	22
5	5	5	5	4	4	28
2	1	2	1	2	5	13
4	4	5	4	5	5	27
4	5	5	4	4	4	26
3	3	1	2	2	5	16
5	4	4	5	5	5	28
5	5	4	5	5	4	28
4	4	5	5	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28
5	4	5	5	4	5	28
5	5	4	5	4	4	27
5	5	4	4	4	5	27
4	4	4	5	5	5	27
5	4	5	5	4	5	28
5	4	5	5	5	5	29
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	4	5	4	27
5	5	5	5	4	4	28
4	5	4	5	4	4	26
4	5	4	4	4	5	26
5	5	5	4	5	4	28
5	5	5	4	5	4	28
5	5	4	5	4	5	28
5	5	4	5	4	4	27
5	5	5	4	4	5	28
5	4	5	4	5	5	28
4	5	4	5	4	5	27
5	5	5	4	5	4	28
5	5	4	5	4	4	27
4	5	4	5	5	4	27
4	5	4	5	5	5	28
4	4	4	5	4	5	26
5	5	4	5	5	4	28
5	5	5	5	4	5	29

5	5	4	5	4	4	27
4	3	4	2	4	4	21
3	4	5	3	4	4	23
4	1	5	4	3	5	22
5	3	5	3	5	2	23
2	2	1	2	2	1	10
4	4	5	3	4	2	22
2	2	1	1	2	1	9
5	5	5	4	3	2	24
5	4	5	5	5	2	26
2	2	1	3	2	2	12
4	4	5	4	5	3	25
4	5	4	4	5	5	27
5	4	5	3	4	4	25
5	3	4	5	4	4	25
5	4	5	5	4	4	27
4	3	5	4	4	5	25
3	3	1	4	4	3	18
4	4	4	4	3	4	23



Lampiran 4: Hasil Uji Validitas

Variabel Religiusitas (X₁)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,544**	,608**	,571**	,557**	,529**	,784**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X1.2	Pearson Correlation	,544**	1	,648**	,577**	,522**	,598**	,814**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X1.3	Pearson Correlation	,608**	,648**	1	,523**	,658**	,651**	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X1.4	Pearson Correlation	,571**	,577**	,523**	1	,526**	,466**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X1.5	Pearson Correlation	,557**	,522**	,658**	,526**	1	,577**	,793**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X1.6	Pearson Correlation	,529**	,598**	,651**	,466**	,577**	1	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X1.TOTAL	Pearson Correlation	,784**	,814**	,860**	,754**	,793**	,800**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	129	129	129	129	129	129	129

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



Variabel Pengetahuan Riba (X₂)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,498**	,703**	,545**	,605**	,540**	,801**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X2.2	Pearson Correlation	,498**	1	,565**	,662**	,587**	,691**	,805**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X2.3	Pearson Correlation	,703**	,565**	1	,622**	,690**	,537**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X2.4	Pearson Correlation	,545**	,662**	,622**	1	,633**	,601**	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X2.5	Pearson Correlation	,605**	,587**	,690**	,633**	1	,596**	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X2.6	Pearson Correlation	,540**	,691**	,537**	,601**	,596**	1	,802**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X2.TOTAL	Pearson Correlation	,801**	,805**	,844**	,825**	,836**	,802**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	129	129	129	129	129	129	129

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

Variabel Faktor Sosial (X₃)

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,347**	,187*	,235**	,371**	,262**	,625**
	Sig. (2-tailed)		,000	,034	,007	,000	,003	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X3.2	Pearson Correlation	,347**	1	,145	,547**	,233**	,376**	,773**
	Sig. (2-tailed)	,000		,101	,000	,008	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X3.3	Pearson Correlation	,187*	,145	1	-,111	,200*	,140	,352**
	Sig. (2-tailed)	,034	,101		,209	,023	,113	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X3.4	Pearson Correlation	,235**	,547**	-,111	1	,033	,380**	,662**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,209		,707	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X3.5	Pearson Correlation	,371**	,233**	,200*	,033	1	,302**	,523**
	Sig. (2-tailed)	,000	,008	,023	,707		,001	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X3.6	Pearson Correlation	,262**	,376**	,140	,380**	,302**	1	,679**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,113	,000	,001		,000
	N	129	129	129	129	129	129	129

	N	129	129	129	129	129	129	129
X3.TOTAL	Pearson Correlation	,625**	,773**	,352**	,662**	,523**	,679**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	129	129	129	129	129	129	129

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Hutang (X4)

		Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.TOTAL
X4.1	Pearson Correlation	1	,603**	,628**	,540**	,502**	,549**	,821**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X4.2	Pearson Correlation	,603**	1	,452**	,620**	,593**	,451**	,791**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X4.3	Pearson Correlation	,628**	,452**	1	,485**	,424**	,564**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X4.4	Pearson Correlation	,540**	,620**	,485**	1	,605**	,427**	,785**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X4.5	Pearson Correlation	,502**	,593**	,424**	,605**	1	,535**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X4.6	Pearson Correlation	,549**	,451**	,564**	,427**	,535**	1	,758**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
X4.TOTAL	Pearson Correlation	,821**	,791**	,751**	,785**	,778**	,758**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	129	129	129	129	129	129	129

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



Variabel Loyalitas Akulaku *Paylater* (Y₁)

		Correlations						
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	,684**	,730**	,609**	,695**	,441**	,856**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
Y1.2	Pearson Correlation	,684**	1	,610**	,619**	,630**	,465**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
Y1.3	Pearson Correlation	,730**	,610**	1	,537**	,712**	,464**	,840**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
Y1.4	Pearson Correlation	,609**	,619**	,537**	1	,625**	,501**	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
Y1.5	Pearson Correlation	,695**	,630**	,712**	,625**	1	,451**	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
Y1.6	Pearson Correlation	,441**	,465**	,464**	,501**	,451**	1	,683**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	129	129	129	129	129	129	129
Y1.TOTAL	Pearson Correlation	,856**	,830**	,840**	,799**	,843**	,683**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	129	129	129	129	129	129	129

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



Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas

Religiusitas (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,888	6

Pengetahuan Riba (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,901	6

Faktor Sosial (X₃)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,663	6

Hutang (X₄)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,871	6

Loyalitas Akulaku *Paylater* (Y₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,893	6



Lampiran 6: Hasil Olah Data

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,277	1,259		1,014	,313		
Religiutas	,468	,065	,492	7,254	,000	,129	7,738
Riba	,209	,061	,213	3,423	,001	,153	6,533
Faktor sosial	,027	,053	,014	,509	,611	,750	1,333
Hutang	,272	,053	,285	5,168	,000	,196	5,107

a. Dependent Variable: Loyalitas Akulaku *Paylater*

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2,654	,818		3,244	,002	
Religiutas	-,032	,042	-,185	-,756	,451	
Riba	,017	,040	,094	,418	,676	
Faktor sosial	-,062	,035	-,182	-1,798	,075	
Hutang	,013	,034	,076	,381	,704	

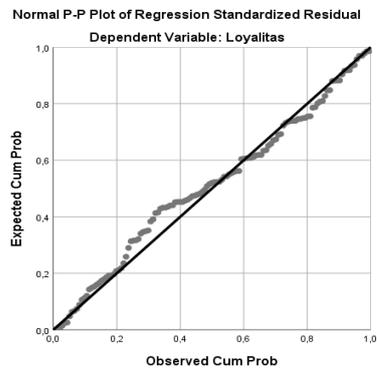
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		129
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,29245064
Most Extreme Differences	Absolute	,094
	Positive	,055
	Negative	-,094
Test Statistic		,094
Asymp. Sig. (2-tailed)		,007 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		,191
Point Probability		,000

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Grafik Normal Probability Plot



Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,850	1,624		4,833	,000
Religiutas	,979	,249	1,029	3,930	,000
Riba	,029	,232	,029	,124	,902
Faktor sosial	-,483	,107	-,254	-4,527	,000
HutxRelg	-,024	,011	-,984	-2,216	,029
HutxRib	,004	,010	,177	,432	,666
HutxFakSos	,027	,005	,911	5,299	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Akulaku *Paylater*

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2703,560	6	450,593	283,332	,000 ^b
	Residual	194,021	122	1,590		
	Total	2897,581	128			

a. Dependent Variable: Loyalitas Akulaku *Paylater*

b. Predictors: (Constant), HutxFakSos, Faktor sosial, Riba, Religiutas, HutxRib, HutxRelg